

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ  
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»  
Факультет соціології і права  
Кафедра теорії та практики управління**

«На правах рукопису»  
УДК 351.85

«До захисту допущено»

В. о. завідувача кафедри

\_\_\_\_\_ С.А. Чукут  
(підпис)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

## **Магістерська дисертація**

**на здобуття ступеня магістра**

**зі спеціальності 281 Публічне управління та адміністрування**

**освітньо-професійної програми «Адміністративний менеджмент»**

**на тему: «Державна політика у сфері розвитку креативних індустрій в**

**умовах цифрових трансформацій»**

**Виконала:**

студентка VI курсу, групи АМ-81мп

Жарюк Олена Сергіївна

\_\_\_\_\_  
(підпис)

**Науковий керівник:**

доцент кафедри теорії та практики

управління, к.філос.н., Акімова Олена Андріївна

\_\_\_\_\_  
(підпис)

**Рецензент:**

д. пед. н., професор, професор кафедри соціології

Панченко Любов Феліксівна

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Засвідчую, що у цій магістерській  
дисертації немає запозичень з праць  
інших авторів без відповідних посилань.

Студентка \_\_\_\_\_  
(підпис)

Київ – 2019 року

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ ДЕРЖАВНОГО СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ..</b>	<b>7</b>
1.1 Креативна економіка: сутність та наукові підходи до визначення понять .....	7
1.2 Методи та інструменти впливу держави на розвиток креативних індустрій	17
1.3. Забезпечення державою захисту прав інтелектуальної власності як засадничого елементу у функціонуванні креативної економіки.....	24
Висновки до Розділу 1 .....	30
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КРАЩОЇ ЗАРУБІЖНОЇ ПРАКТИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ .....</b>	<b>31</b>
2.1 Інституційні механізми регулювання креативного сектору у Великій Британії.....	31
2.2 Урядова політика Південної Кореї щодо розвитку креативних індустрій в умовах цифрових трансформацій .....	39
2.3 Впровадження державної стратегії розвитку креативної економіки «Cool Japan» в Японії.....	51
Висновки до Розділу 2 .....	57
<b>РОЗДІЛ 3. РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЙ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ.....</b>	<b>58</b>
3.1 Дослідження актуальних проблем розвитку вітчизняної сфери креативних індустрій.....	58
3.2 Перспективні напрями удосконалення державної політики підтримки та розвитку креативних індустрій в умовах цифрових трансформацій .....	67
Висновки до Розділу 3 .....	73
<b>ВИСНОВКИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ .....</b>	<b>74</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>77</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>82</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Початок ХХІ століття відзначився тим, що поняття креативності почало поширюватись на значну частину сфер діяльності. За останні 5 років креативні індустрії та креативна економіка стали частиною національних стратегій різних держав. Визнання важливості на законодавчому рівні, державні ініціативи підтримки та проактивне ставлення до теми з боку влади зробило внесок у добробут таких країн. Зростання ВВП, більша зайнятість населення, розвиток депресивних регіонів – все це є результатами ефективної взаємодії державного та креативного секторів, що підтверджує перспективи адаптації такої політики в Україні.

В Україні сьогодні існує потреба законодавчого регулювання процесу становлення креативних індустрій, а також активної інституційної підтримки. Для ефективного здійснення певних дій на шляху розвитку креативної економіки з боку держави спочатку необхідно провести активне та розширене дослідження світових практик та ключових тенденцій з представленої сфери, що у свою чергу стане інструментом у розробці рекомендацій для подальших кроків. Саме це і обґрунтовує доцільність нашого дослідження.

**Зв'язок дослідження із планами науково-дослідних робіт випускової кафедри теорії та практики управління.** Наукова робота виконана на кафедрі теорії та практики управління факультету соціології і права Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» згідно з ініціативною темою «Трансформація системи публічного управління України в умовах реалізації цілей сталого розвитку» (ДР №0118U100522), в межах якої автором досліджено державну політику у сфері розвитку креативних індустрій в умовах цифрових трансформацій.

**Стан наукової розробки проблеми.** Аналіз наукових робіт і публікацій демонструє зацікавленість у проблематиці креативних індустрій таких вчених: Р. Флорида, Ч. Лендрі, Е. Пратт, Дж. Гоукінс, І. Вахович, Й. Клоудова та ін.. Р. Флорида та Дж. Гоукінс стали одними з перших, хто досліджував питання

креативної економіки. У роботах Р. Флориди вперше з'являється поняття «креативний клас». Дж. Гоукінс виділив п'ятнадцять напрямів креативних індустрій та пояснив економічну перевагу для держави від розвитку креативних індустрій. У роботах Ч. Лендрі ми знаходимо висвітлення концепції креативних міст, де пояснюються її особливості з економічної та політичної сторін.

Наукові представники ООН та ЮНКТАД майже десять років поспіль займаються дослідженням креативних індустрій в межах державної політики на різних континентах світу, що допомагає відслідковувати глобальні тенденції розвитку сфери.

Наукове становлення креативних індустрій є досить новим для України, проте вже існують певні наукові здобутки. І. Вахович та Й. Клоудова досліджували розвиток креативної економіки в аспекті регіонального розвитку. Розробками рекомендацій займалися А. Жовтанецький, О. Чуль, Л. Федулова та ін.. В Україні також ініціюються робочі групи науковців за підтримки різних міністерств задля розробки дорожніх карт та рекомендацій побудови стратегій щодо розвитку креативних індустрій в державі. Проте існує ціла низка перспективних напрямів досліджень з представленої теми, що є актуальним не тільки для України, а й у глобальному плані. Саме це зумовлює вибір теми магістерської дисертації.

**Метою дослідження** є узагальнення теоретичних засад та дослідження державної політики у сфері розвитку креативних індустрій в умовах цифрових трансформацій в Україні.

Для виконання дослідження були окреслені такі **завдання**:

- ознайомитися з теоретичним аспектом розвитку відносин креативної економіки та держави;
- систематизувати основні етапи історії розвитку креативних індустрій;
- дослідити основні аспекти взаємодії держави та креативної економіки;
- з'ясувати роль інтелектуальної власності в межах взаємодії держави та креативних індустрій;

- проаналізувати іноземний досвід державної політики у сфері розвитку креативних індустрій в умовах цифрових трансформацій на прикладі урядової політики Великобританії, Південної Кореї та Японії;
- дослідити етапи розвитку та актуальну ситуацію креативної економіки в межах української державної політики;
- окреслити перспективи впровадження заходів державної політики для розвитку креативних індустрій в Україні;
- за допомогою SWOT-аналізу окреслити головні сильні та слабкі сторони креативної економіки в Україні, можливості розвитку та його загрози.

**Об’єктом дослідження** є розвиток креативних індустрій в умовах цифрових трансформацій.

**Предметом дослідження** виступають особливості державної політики у сфері розвитку креативних індустрій в умовах цифрових трансформацій.

До **методів дослідження** процесів державного сприяння розвитку креативної економіки належать такі: конкретно-історичний метод – для розкриття генези поняття «креативна економіка» та «креативні індустрії»; метод систематизації та узагальнення – для комплексного розгляду механізмів державного сприяння розвитку креативної економіки; метод аналізу документів – для вивчення законодавства України в досліджуваній сфері; метод аналізу та синтезу – для дослідження іноземних практик з представленої теми; метод логічного узагальнення – для розроблення висновків та рекомендацій щодо удосконалення державної політики у сфері розвитку креативних індустрій згідно із сучасними загальносвітовими тенденціями.

**Наукова новизна дослідження.** Набуло подальшого розвитку дослідження державної політики у сфері креативних індустрій, а також визначено напрями удосконалення вказаної державної політики в умовах розгортання цифрових трансформацій.

**Апробація результатів магістерської дисертації.** Основні теоретичні та практичні положення магістерської роботи знайшли своє відображення у 2 публікаціях на науково-практичних конференціях: X Міжнародна науково-

практична конференція «Сучасні проблеми управління: управління в умовах цифрових трансформацій», м. Київ, НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського», 21 листопада 2019; III Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція «Перспективи розвитку управлінських систем у соціальній та економічній сферах України: теорія і практика», Київський університет імені Бориса Грінченка, 28 листопада 2019.

**Публікації.** Наукові результати магістерської дисертації опубліковано в двох тезах доповідей на науково-практичних конференціях:

1. Жарюк О. С. Трансформаційні процеси в Україні на шляху розвитку креативних індустрій в умовах формування цифрового суспільства: перші кроки. *Сучасні проблеми управління: тези доповідей міжнар. наук.-прак. конф.* 2019.
2. Жарюк О. С. Трансформаційні процеси державного сектору щодо розвитку креативних індустрій: проблеми та перспективи. *Перспективи розвитку управлінських систем у соціальній та економічній сферах України.* URL: <https://bit.ly/2qXZH0h>

**Структура магістерської дисертації.** Актуальність обраної теми, мета та завдання магістерської дисертації визначили її структуру. Магістерська дисертація складається з вступу, трьох розділів, восьми підрозділів, висновків, рекомендацій, списку використаних джерел та одного додатку. Загальний обсяг роботи складає – 82 сторінки.

Було опрацьовано 51 літературних джерел, серед яких є статті та публікації з наукових конференцій, звіти ООН та інших міжнародних організацій, закони України, тексти програм стратегічного характеру, міжнародні документи та ін..

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ ДЕРЖАВНОГО СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

### **1.1 Креативна економіка: сутність та наукові підходи до визначення понять**

Інновації та креативність стали широко вживаними термінами у багатьох національних стратегіях розвитку. Концепція креативної економіки походить від інноваційної концепції, поєднаної з креативністю, а саме з креативними індустріями. Концепція креативних індустрій у політичних документах передбачає підвищення доданої вартості, експорту та створення нових робочих місць, що означає фундамент конкурентоспроможності держави. Терміни інновацій та креативності використовуються у стратегіях розвитку у всьому світі та включаються в політичні документи ПРООН, ОЕСР, СОТ, Світового банку та інших великих міжнародних організацій. Політики наголошують, що інновації, креативність та незалежне мислення стають все більш важливими для глобальної економіки.

Ідея креативності стати активом є частиною економічної політики з 1990-х років і створила цілий ряд нових термінів, таких як "креативний сектор", "авторські права", "контент-галузі", "економіка досвіду", "креативний бізнес-сектор", "бізнес, орієнтований на мистецтво", "галузі культури та комунікацій", "медіа-галузі" та "економіка знань". Чи є предмет цієї діяльності частиною "нетехнологічних" інновацій? Визначення та поняття цих нових термінів не є певними, і їх використання залежатиме від тлумачення.

Концепція креативних індустрій була вперше задокументована в 1994 році в Австралії, коли уряд випустив нову культурну політику «Creative Nation», покликану допомогти Австралії втілити нові можливості ІТ та зростаючу хвилю глобальної культури, що підтримується цифровими ЗМІ.

Creative Nation була представлена як культурна політика, але вона була, по суті, економічною політикою. Це був перший раз, коли федеральний уряд Австралії на чолі з прем'єр-міністром Полом Кітінгом офіційно розробив культурну політику, яка була підтримана додатковим фінансуванням культурних установ у розмірі 250 мільйонів доларів. У доповіді підкреслюється важливість культури для національної ідентичності та визначається культура ширше, ніж це робили попередні концепції, включаючи кіно, радіо, бібліотеки та інші сфери. Кітінг також наголосив на економічному потенціалі культурної діяльності та мистецтв. Культурна політика як економічна політика: «Культура створює багатство. Широко визначені австралійські культурні галузі приносять 13 мільярдів доларів на рік. Культура працює. Близько 336 000 австралійців були зайняті в галузях, пов'язаних з культурою. Культура додає цінності; це робить важливий внесок у інновації, маркетинг та дизайн. Рівень творчості істотно визначає здатність адаптуватися до нових економічних імперативів. Це сам по собі цінний експорт і істотний супровід експорту інших товарів. Це приваблює туристів та студентів. Це має важливе значення для економічного успіху» [46].

Велика Британія почала формулювати концепцію креативних індустрій, коли нові лейбористи прийшли до влади у 1997 році. У той час активно роздумували над розвитком ІКТ та паралельно будувались ідеї креативних індустрій та економіки, що сприяло розвитку ІКТ. Спочатку термін креативних індустрій просто замінив термін культурних індустрій, тим самим вплинувши на мистецьку та медіа-політику.

Як стверджує Ніколя Гарнем, неоліберальні перспективи у Сполученому Королівстві протягом десятиліть 1980-х та 1990-х років принесли розвиток ІКТ: «Використання терміна креативні індустрії можна зрозуміти лише в контексті політики інформаційного суспільства. Він черпає свою політичну та ідеологічну силу з престижу та економічного значення, що надається концепціям інновацій, працівникам інформації та впливу інформаційних та комунікаційних технологій, виведених з теорії інформаційного суспільства.



Гарнем пояснює, як потенційне зниження бізнесу в Лондоні в 1989 році, яке тоді становило 7% ВВП Великобританії, вплинуло на розробку політики і призвело до звіту «Креативна Британія» [27].

У звіті є чіткий зв'язок між розвитком креативних індустрій та ІКТ, а сфера творчих галузей була розширена на спорт, туризм, парки дозвілля та суміжні сфери. Принцип полягає в тому, що, коли креативні та медіа індустрії приєднуються до цифрових технологій, вони стають важливим джерелом робочих місць та творчості для всієї економіки.

Концепція "Інформаційний бізнес" була розроблена попереднім консервативним урядом Великої Британії, а потім продовжена новими лейбористами при прем'єр-міністрі Тоні Блері. Ця тема політики вже включала ідеї креативних індустрій. Звіт «Креативна Британія» також визнав, що зв'язки з ІКТ та креативністю вимагатимуть від державної політики просування бізнесу для заохочення ІТ-навчання, а також шукати шляхи посилення правового стану інтелектуальної власності. Без усіх цих компонентів було б важко збільшити цінність продукту, створеного та розповсюдженого через цифрові мережі.

Посол Рубенс Рікуперо, колишній генеральний секретар Конференції ООН з питань торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), пам'ятає, що: у 2001 році ініціативи щодо цього питання були висвітлені на Конференції ООН про найменш розвинені країни, яка охоплює п'ятдесят найбільш вразливих економік світу. Відтоді креативні індустрії чи креативна економіка стали однією з програм сприяння розвитку країн Африки, Азії, Латинської Америки та Карибського басейну, використовуючи їхній культурний потенціал в повній мірі для сприяння економічному та соціальному розвитку [22, с.19].

Останніми роками було висунуто низку різних моделей як засіб забезпечення систематичного розуміння структурних характеристик креативних індустрій. Кожна модель має конкретне обґрунтування, залежно від основних припущень щодо мети та режиму роботи індустрій. Розглянемо ці моделі:

■ Модель Міністрства цифрових технологій, культури, медіа та спорту у Великобританії – DCMS model (The Department for Digital, Culture, Media & Sport) [49]. Ця модель впливає з поштовху наприкінці 1990-х років у Великобританії змінити британську економіку на економіку, керовану креативністю та інноваціями в глобально конкурентному світі. "Креативні індустрії" визначаються як такі, що потребують творчості, майстерності та таланту, з потенціалом для багатства та створення робочих місць за рахунок використання їх інтелектуальної власності. Практично всі 13 індустрій, що входять до класифікації DCMS, можна визначити як "культурні" в термінах, визначених раніше; однак уряд Сполученого Королівства вважає за краще використовувати термін "креативні" індустрії для опису цього угруповання, очевидно, щоб уникнути можливих конотацій високої культури слова "культурний".

■ Модель символічних текстів. Ця модель є типовою для підходу до культурних індустрій, що впливає з традиції критично-культурних досліджень, як це існує в Європі та особливо у Великобританії. Цей підхід розглядає "високе" чи "серйозне" мистецтво як провінцію суспільно-політичного істеблішменту, тому натомість зосереджує увагу на популярній культурі. Процеси, за допомогою яких формується і передається культура суспільства, відображаються в цій моделі через промислове виробництво, поширення та споживання символічних текстів або повідомлень, які передаються за допомогою різних засобів масової інформації, таких як кіно, мовлення та преса.

■ Модель концентраційних кіл. Ця модель ґрунтується на твердженні, що саме культурна цінність культурних благ надає цим галузям найвизначнішу характеристику. Таким чином, чим сильніше виражений культурний зміст певного товару чи послуги, тим сильнішою є претензія на включення індустрії, яка його виробляє. Згідно з цією моделлю творчі ідеї зароджуються в основних творчих мистецтвах у вигляді звуку, тексту та зображення, і ці ідеї та впливи

розсіюються назовні через серію шарів або «концентричних кіл». Ця модель була основою для класифікації креативних індустрій Європи.

■ Модель авторських прав ВОІВ(Всесвітня організація інтелектуальної власності). Ця модель заснована на індустріях, які безпосередньо чи опосередковано беруть участь у створенні, виробництві, трансляції та розповсюдженні авторських прав. Таким чином, увага приділяється інтелектуальній власності як втіленню творчості, що ввійшла до створення товарів і послуг, що входять до класифікації. Розрізняють індустрії, які фактично виробляють інтелектуальну власність, і ті, які необхідні для передачі товарів та послуг споживачеві. Наступна група "часткових" авторських індустрій включає ті, де інтелектуальна власність є лише незначною частиною їх діяльності [21, с. 6].

Не існує «правильної» чи «неправильної» моделі креативних індустрій, просто різні способи інтерпретації структурних характеристик творчого виробництва. Отже, привабливість різних моделей може бути різною, залежно від аналітичної мети. Однак, з точки зору збору статистичних даних, необхідний стандартизований набір визначень та загальна система класифікації як основа для розробки активної концепції щодо роботи з креативними індустріями в межах більш стандартних систем промислової класифікації, які застосовуються для всієї економіки.

Важливим орієнтиром у застосуванні концепції "креативних індустрій" стала XI міністерська конференція ООН з торгівлі та розвитку у 2004 р. На цій конференції тема креативних індустрій була внесена до міжнародної програми економічного розвитку та, спираючись на рекомендації, висунуті на рівні групи високопоставлених діячів з питань креативних індустрій та розвитку [21, с. 7].

Визначення «креативних індустрій» ЮНКТАД(Конференція ООН з торгівлі та розвитку):

■ це цикли створення, виробництва та розповсюдження товарів і послуг, які використовують креативність та інтелектуальний капітал як основні ресурси;

- становлять сукупність знань, заснованих та орієнтованих на мистецтво, але не обмежуючись ними, потенційно отримують доходи від торгівлі та прав інтелектуальної власності;

- містять матеріальні продукти та нематеріальні інтелектуальні чи мистецькі послуги з творчим змістом, економічною цінністю та ринковими цілями;

- стоять на перехресті виробництва та сфери послуг;

- становлять новий динамічний сектор у світовій торгівлі [21, с. 8].

Підхід ЮНКТАД до креативних індустрій спирається на розширення поняття "креативність" від діяльності, що має сильний художній компонент, до "будь-якої економічної діяльності, що виробляє символічні продукти, що сильно залежать від інтелектуальної власності та як можна більш широкого ринку". ЮНКТАД проводить розмежування між "діями вгору за течією" (традиційні культурні заходи, такі як виконавські мистецтва чи візуальні мистецтва) та "діяльність вниз за течією" (набагато ближча до ринку, наприклад, рекламна, видавнича або медіа-діяльність) та стверджує, що друга група отримує свою комерційну цінність за рахунок низьких витрат на відтворення та простого перенесення в інші сфери економіки. З цього погляду культурні індустрії складають секторну підмножину.

Креативні індустрії мають широкі масштаби, і стосуються у взаємодії різних секторів. Ці креативні сектори варіюються від діяльності, коріння якої є традиційними знаннями та культурною спадщиною, до підгруп, орієнтованих на технології та послуги, таких як аудіовізуальні та нові медіа. Класифікація UNCTAD креативних індустрій поділяється на чотири широкі групи: спадщина, мистецтво, медіа та функціональні твори [21, с. 7].

Незалежно від того, як визначаються та класифікуються креативні індустрії, немає жодних розбіжностей у тому, що вони лежать в центрі того, що в більш широкому розумінні можна назвати "креативною економікою". Термін "креативна економіка" з'явився також в 2001 році в книзі Джона Хокінса про взаємозв'язок творчості та економіки. Для Хокінса "творчість не нова, як і не є

новою економіка. Але те, що є новим, – це природа та ступінь взаємозв'язку між ними та те, як вони поєднуються, щоб створити надзвичайну цінність та багатство". Використання Хокінсом терміна "креативна економіка" є широким, воно охоплює креативні індустрії, що поширюються від мистецтва до більш широких галузей науки та техніки. За його підрахунками, у 2000 році креативна економіка в усьому світі становила 2,2 трильйони доларів, і вона зростала на 5 відсотків щорічно. Для Хокінса існує два види творчості: така, яка стосується людей як особистості, і така, яка породжує продукт. Перший – це універсальна характеристика людства і зустрічається у всіх суспільствах і культурах. Другий сильніший у інформаційних суспільствах, які приділяють більше значення новинкам, науці та технологічним інноваціям, а також правам інтелектуальної власності [21, с. 9].

Інші ініціативи, що сприяють розвитку ролі креативної економіки, включають симпозіум, що відбувся у Нагаурі, Індія, у 2005 році, організований ЮНЕСКО. Симпозіум зосередився на ролі розвитку культурних індустрій, з особливим акцентом на важливості місцевої мистецької та культурної діяльності як засобу розширення можливостей економіки та подолання бідності. Рекомендації цієї події, відомі як Ініціативи Джодхпура, висувають низку стратегій збору даних та розвитку галузі для впровадження в різних азіатських країнах.

Одночасно в штаб-квартирі ЮНЕСКО тривала робота над підготовкою конвенції про культурне різноманіття, положення якої конкретно визнавали б внесок креативних індустрій в економічний і культурний розвиток як в промислово розвинених, так і в країнах, що розвиваються. Конвенція про охорону та просування різноманітності культурних проявів, що впливає з цього рішення, була прийнята Генеральною конференцією ЮНЕСКО в жовтні 2005 р. і набула чинності в березні 2007 р. [21, с. 10].

Широка інтерпретація креативності також лежить в основі описів Річарда Флориди про виникнення «креативного класу» в суспільстві, когорта

професійних, наукових та мистецьких працівників, чия присутність породжує економічний, соціальний та культурний динамізм, особливо в міських районах.

За словами Флориди: «Креативність – це не просто інтелект. Креативність передбачає здатність до синтезу. Це питання аналізу даних, суджень та матеріалів, щоб спродувати щось нове і корисне». У своєму підході Флорида зазначив, що креативний клас також включає більш широку групу творчих професіоналів з бізнесу, фінансів та права.

Флорида підрахував, що на початку 21 століття креативний клас становив майже третину робочої сили в Сполучених Штатах Америки і що креативний сектор становив майже половину всіх доходів від заробітної плати в цій країні, близько 1,7 трлн дол., а це стільки, скільки мають спільно виробничий сектор та сектор послуг. У своїй другій книзі Флорида вказує, що ми вступаємо в креативну епоху, оскільки підйом творчості є головним фактором нашої економіки. Він представляє свою теорію "Трьох Т" для економічного зростання: технології, таланти та толерантність. Його теорія відрізняється від звичайної теорії, оскільки він стверджує, що талант сприяє зростанню, і можна зробити крок вперед, додавши третю «Т» - толерантність, необхідну для залучення людського капіталу [21, с. 10-11].

14-15 січня 2008 року в Женеві відбулася зустріч з питань розвитку креативної економіки та індустрій в рамках конференції ЮНКТАД XII. У роботі сесії взяли участь видатні урядовці, політики, експерти та діячі з культурної та творчої спільноти та наукових груп. Вони представляли 49 країн, 19 міжнародних організацій та 9 неурядових організацій. Конференція була скликана Генеральним секретарем ЮНКТАД з метою надання допомоги державам-членам у їх обговоренні цієї теми на ЮНКТАД XII. Сесія мала три конкретні завдання:

- забезпечити платформу для прогресу в міжурядовій дискусії у сфері розвитку креативних індустрій та креативної економіки;

- переглянути роботу, яку проводить секретаріат ЮНКТАД щодо виконання мандату з цієї інноваційної теми, підтвердити свою роль та визначити сфери для можливої майбутньої роботи;
- підбити підсумок прогресу, досягнутого в аналітичній та політичній програмі, що стосується креативної економіки.

Було визнано, що згідно зі своїми повноваженнями ЮНКТАД відіграє ключову роль у сенсифікації урядів до потенціалу креативної економіки для сприяння розвитку торгівлі та підтримки ініціативи, орієнтованої на політику посилення співпраці з країнами, установами та міжнародною спільнотою взагалі.

Багато нових ланцюгів знань ведуть від наукових до високих технологій, оскільки фундаментальні дослідження перетворюються через кілька кроків на ринкові товари та послуги. Цей вид інноваційних технологічних продуктів і процесів є постійною умовою креативної економіки, де методи дослідження та розробки різноманітні і відрізняються від тих, що використовуються в науці, як за масштабом, так і за часом.

Незважаючи на те, що академічні та креативні дослідження можуть проводитись на взаємну користь, нинішні державні механізми не завжди підтримують креативні дослідницькі практики та спільні проекти. На щастя, все більша кількість країн створює платформи для стимулювання інноваційних проектів, які передбачають науку та креативність. Багато хто використовує зустрічі, веб-сайти, тренінги та нагороди, щоб створити сильну спільноту та залучати до співпраці інститути знань, креативні організації в прикладній області та громадянському суспільстві. Наприклад, у Нідерландах платформа інноваційних технологій ІКТ, що підтримується Міністерством економіки та Міністерством освіти, культури та науки, співпрацює з інформаційною, комунікаційною та медіа-індустрією для впровадження стратегічної програми досліджень креативних індустрій. Прикладом може слугувати голландська ініціатива «Living Labs», яка допомагає перевірити концепції креативної економіки в реальних умовах життя [21, с. 19].

Триває дискусія щодо того, чи є наука та науково-дослідні роботи складовими креативної економіки. Останні емпіричні дослідження почали аналізувати взаємодію між науковими дослідженнями та динамікою креативної економіки. У підході ЮНКТАД креативність та знання закладені в наукові роботи так само, як і в художній творчості. Для розвитку креативної економіки ЮНКТАД рекомендує урядам регулярно оцінювати умови вдосконалення технологій, аналізувати свою науково-технологічну та інноваційну політику, включаючи інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) та їх роль для розвитку.

Ідея креативної економіки була також застосована спеціально до економіки міст, що призвело до появи концепції "креативного міста". Цей термін описує міський комплекс, де різноманітні культурні заходи є невід'ємною складовою економічного та соціального функціонування міста. Такі міста, як правило, будуються на потужній соціальній та культурній інфраструктурі, мають відносно високу концентрацію творчої зайнятості та є привабливими для внутрішніх інвестицій завдяки добре розвиненим культурним об'єктам. Чарльз Лендрі у своїй семінарській роботі про концепцію креативного міста стверджує, що міста мають один вирішальний ресурс: людей. Креативна економіка є головним ключем до міського динамізму [38, с. 173-176]. Лендрі зазначає, що "сьогодні багато міст світу стикаються з перехідними періодами, в значній мірі спричиненими силою нової глобалізації. Ці переходи відрізняються від регіону до регіону. У таких районах, як Азія, міста зростають, а в інших, таких як Європа, старі галузі зникають, а додана вартість у містах все менше росте за рахунок того, що виробляється і більше завдяки інтелектуальному капіталу, який концентрується в продуктах, процесах та послугах" [21, с. 12].



## **1.2 Методи та інструменти впливу держави на розвиток креативних індустрій**

Креативна економіка поширюється на широкий спектр сфер політичної відповідальності та державного управління. Багато урядів створили конкретні міністерства, відомства чи спеціалізовані підрозділи, які займаються креативними індустріями, майже всі сфери урядової політики мають певну взаємодію з цими галузями, у тому числі такі сфери:

- економічний розвиток: креативні індустрії можуть бути вагомим внеском у національне економічне зростання, роблячи їх центром інтересу з боку казначейства, міністерств фінансів та департаментів планування.

- торгівля: креативні товари та послуги є важливим елементом міжнародної торгівлі більшості країн і, таким чином, потрапляють під політичний нагляд з боку міністерства торгівлі, закордонних справ та міжнародних відносин.

- регіональне зростання: креативний сектор може бути конкретною ціллю для стратегій розвитку в контексті регіонального економічного планування.

- робоча сила: вплив на зайнятість креативних галузей є значним, що робить їх сферою інтересів у політиці ринку праці.

- внутрішні та іноземні інвестиції: інвестиції у креативні індустрії можуть заохочуватися або спрямовуватися в певних напрямках конкретними фіскальними чи регуляторними заходами.

- технології та комунікації: враховуючи важливість нових технологій зв'язку для зростання креативного сектору, регулювання телефонних послуг, Інтернету, супутникового зв'язку тощо, мають важливе значення для креативних галузей.

- туризм: у ряді країн існує тісний зв'язок між креативними індустріями та внеском туризму в економічну життєздатність міст регіонів.

■ соціальні питання: політику, спрямовану на подолання бідності, соціальної напруги серед меншин, молоді та гендерні проблеми, можна вирішити через креативну економіку.

■ освіта: професійна підготовка майбутніх кадрів креативних індустрій є предметом все більшого інтересу.

Багатовимірність та міжгалузевий характер креативних індустрій означає, що існує неминуча тенденція до розробки державної політики з комплексним підходом для розвитку креативних індустрій, а отже, і креативної економіки. Цей підхід вимагає ефективних інституційних механізмів для координації політики у різних агентствах, відповідальних за цю сферу [21, с. 27-28].

Знання та креативність стають потужними рушіями економічного зростання в сучасному глобалізаційному світі. Вони мають глибокий вплив на торгівлю та розвиток. Разом з технологіями вони відкривають величезний потенціал для країн розвивати нові сфери та створення робочих місць, що відповідають новим тенденціям світової економіки. Для того, щоб такі країни реалізували цей потенціал, необхідно ретельно сформулювати конкретну державну політику за допомогою стратегічних дій, які мають вживати уряди на місцевому, національному та регіональному рівнях, вивчаючи можливості для міжнародного співробітництва та стратегічних альянсів [37, с. 14].

Урядам на всіх рівнях доступний широкий спектр заходів для стимулювання креативної економіки; зміцнювати зв'язки між соціальними, культурними та екологічними аспектами його функціонування; а також сприяти досягненню стійкості через зв'язок економічного та культурного розвитку.

Традиційно уряди багатьох країн займалися "культурною політикою". Однак сфера застосування та охоплення терміна «культурна політика» відрізняються від країни до країни. Для деяких країн, особливо в індустріальному світі, культурна політика просто включає політику щодо творчого мистецтва. Такі країни підтримують мистецтво через такі заходи, як субсидії художникам та виконавським компаніям; податкові пільги на пожертви мистецтва; допомога в освіті та навчанні музиці, драмі,

образотворчому мистецтву тощо; і функціонування громадських культурних установ, таких як музеї та галереї.

Для інших країн, особливо у країнах, що розвиваються, культурна політика, як правило, стосується політики щодо культурної спадщини. У цих випадках політичне завдання розглядається як збереження або захист як матеріальної, так і нематеріальної культурної спадщини, де ділянки, артефакти та традиції, є вразливими до експлуатації та можливих втрат через погіршення чи зникнення [21, с. 209].

Процес формування та реалізації державної політики часто тягне за собою таку послідовність:

- Уточнення цілей. Цей перший крок має вирішальне значення для визначення чіткої стратегії досягнення результатів. Як правило, мається на увазі декілька цілей, і можливо передбачити необхідність певного компромісу між ними. Наприклад, стандартні цілі макроекономічної політики можуть вимагати пошуку певного балансу між рівнями зростання, інфляцією, безробіттям, зовнішнім балансом тощо. Однак у деяких випадках можлива синергія між цілями. Що стосується креативної економіки, наприклад, можна легко уявити зв'язок цілей економічного та культурного розвитку, завдяки чому зростання культурної продукції може принести як економічну, так і культурну користь.

- Вибір інструментів. Керівним принципом при розподілі інструментів політики на завдання є так звана проблема присвоєння/призначення, завдяки якій найефективніший політичний захід або пакет заходів узгоджуються з ціллю або цілями, які потрібно досягти.

- Впровадження, моніторинг та оцінка. Реалізація креативної політики вимагає відповідних заходів щодо збору даних, необхідних для моніторингу того, чи досягнуті необхідні цілі, та чи виникали несподівані, позитивні або негативні «побічні ефекти». Процес моніторингу та оцінки, як правило, розглядається як частина зворотного зв'язку, завдяки якій оцінка ефективності

заходів політики може бути використана для інформування про подальший розвиток та вдосконалення розробки та реалізації політики.

Вищенаведена послідовність процесу політики загалом стосується динаміки дій уряду щодо креативної економіки розвинених країн та країн, що розвиваються. Деякі додаткові міркування, які слід мати на увазі, особливо в контексті країн, що розвиваються, такі:

- у світі, що розвивається, є необхідність створити межі цілей, спільних цінностей та вимірюваних результатів; визначити ролі та обов'язки всіх учасників процесу; і закріпити роль уряду як фасилітатора та координатора креативного сектору та його розвитку.

- Значна частина політики, яка проводиться у країнах, що розвиваються, на стадії розробки використовує моделі розвинених країн. Поточним завданням є забезпечення того, щоб політика охоплювала цінності, що стосуються самих країн, що розвиваються, включаючи системи знань корінного населення та місцевий досвід у політичне, інституційне та програмне середовище.

- Одним з найбільш важливих викликів перед креативним сектором в країнах, що розвиваються, є впровадження принципів належного врядування в секторі, а також поліпшення відносин між виробниками, дистриб'юторами, творчими працівниками, роботодавцями та роздрібними торговцями [21, с. 213].

Основним соціальним впливом креативних індустрій є їх внесок у зайнятість. Креативні індустрії є як наукомісткими, що вимагають конкретних навичок і високого рівня кваліфікації своєї робочої сили, так і трудомісткими, особливо тими, що мають високу концентрацію творчих ресурсів, як це відбувається, наприклад, у театральній сфері чи кінопродукції. Вклад креативних індустрій у зайнятість зазвичай значний. Як правило, на них припадає приблизно від 2 до 8 відсотків робочої сили в економіці. Потенціал створення робочих місць у цих галузях може бути важливим з точки зору політики. Наприклад, державні стратегії, спрямовані на оновлення депресивних промислових регіонів у ряді країн, розглядали розвиток креативних індустрій

як ефективний спосіб підвищення зайнятості. Крім того, іноді зазначається, що якість робочих місць, створена креативною економікою, може забезпечити більш високий рівень задоволеності працівників.

Наприклад, у Сполучених Штатах на креативні індустрії в 2003 р. припадало близько 2,5% загальної кількості зайнятості, кількість яких поширюється на весь спектр галузей. До 2007 року, у креативних індустріях працювало 5,5 мільйонів працівників, що становить 4 відсотки загальної зайнятості в США [21, с. 24].

Різносторонній характер креативної економіки означає, що державна політика щодо креативних індустрій повинна формуватися на узгодженій міжвідомчій основі. Політики можуть використовувати широкий спектр інструментів для розробки стратегій розвитку креативних індустрій. За великим рахунком, постає необхідність розвитку інституційної системи, інфраструктури, розбудови потенціалу креативного підприємництва та передачі чіткого повідомлення приватному сектору про те, що креативні індустрії є великим бізнесом для багатьох країн [44].

Крім того, повинна бути створена нормативна база для адаптації фіскальної політики, законодавства про конкуренцію та режимів інтелектуальної власності.

Більш конкретно, державні ініціативи слід поступово формувати у таких сферах:

- створення протоколів культурного надбання та креативних індустрій;
- розвиток та фінансування малого та середнього бізнесу (наприклад, мікрофінансування);
- підтримувати розвиток креативних кластерів для стимулювання співпраці, інновацій та зв'язків;
- обізнаність щодо авторських прав та законодавства;
- підтримка креаторів, як пряма (через оподаткування, соціальне забезпечення), так і непряма (підтримка приватного сектору, навчання, професійні асоціації, закони);

- збереження матеріальної та нематеріальної культурної спадщини;
- розширення цифрового потенціалу;
- розвиток внутрішнього та зовнішнього ринку (якість, бренди, сприяння торгівлі);
- освіта, професійне навчання та розвиток відповідних навичок;
- галузева допомога (стимулювання інвестицій, податкові пільги, двосторонні угоди, переговори про контракти на виробництво тощо).

Існує низка інституційних слабкостей, що гальмують ефективність креативної економіки. Серед основних обмежень:

- недостатня інтеграція культурних цілей в економічну, технологічну та соціальну політику;
- недостатнє розповсюдження політики, законодавства та нормативно-правових актів, пов'язаних з культурною та креативною економікою, для покращення розуміння їх культурної та економічної цінності для всіх відповідних зацікавлених сторін;
- недостатня інституційна спроможність впроваджувати, контролювати та оцінювати політику, стратегію, програми та проекти, що має слабкий результат;
- відсутність зв'язків та мереж між установами.

Тому існує потреба в працюючому та гнучкому інституційному механізмі, який сприятиме розробці та реалізації плану дій, що базується на довгостроковій стратегії розвитку креативної економіки. Доцільно запровадити механізм розвитку узгодженої всеохоплюючої політики. Створення Міжвідомчого керівного комітету з питань креативної економіки може бути передбачено як постійний орган, який відіграватиме ключову роль у формуванні державної політики за участю державних службовців усіх відповідних міністерств. Такий комітет також встановив би регулярний діалог (принаймні два рази на рік) з ключовими професійними асоціаціями та установами креативного сектору, щоб краще реагувати на зміни та перспективи креативних індустрій в інтересах держави, а також потреби креаторів.

Крок далі може бути передбачений створенням Центру креативної економіки як платформи для сприяння налагодженню мереж та партнерських стосунків, обміну досвідом, збору та розповсюдження інформації, досліджень та державних стратегій, а також сприяння взаємодії між креативним бізнесом, приватним сектором та науковими колами. Центр був би місцем зустрічі для креаторів, де також можна було б проводити семінари, інформувати про діяльність, її потенціал, що буде виступати стимулом до розвитку креативних інновацій у державі. Центр або кілька центрів можуть бути створені на національному, муніципальному або регіональному рівнях [21, с. 219].

Трудове та соціальне законодавство: у більшості країн, підприємці креативного сектору все ще є частиною неформального та/або дуже фрагментарного сектору. Таким чином, вони не користуються звичайними правами та обов'язками, які охоплюються загальними трудовими нормами. Соціальна та економічна безпека для креаторів має важливе значення для зміни традиційного неправильного уявлення про те, що креативний сектор є виключно перехідною або розважальною діяльністю. Необхідне комплексне національне законодавство для регулювання професійної діяльності та їх взаємовідносин з роботодавцями для створення схеми соціального та економічного забезпечення цих працівників. Загальновизнано, що умови працевлаштування креаторів часто є дуже нестабільними. Велика кількість креаторів, особливо в галузі виконавських мистецтв, працюють на умовах ненормованої роботи, неповного робочого часу або самозайнятих, з обмеженим або неіснуючим покриттям пенсійних та медичних схем. Настійно рекомендується розробка та затвердження Закону про творців, враховуючи особливості та вразливості цієї професійної категорії.

Необхідно обов'язково узгодити національну політику для креативної економіки з багатосторонніми процесами та міжнародним співробітництвом. Сьогодні креативна економіка є актуальною на декількох аренах багатосторонніх переговорів та міжнародної політики. Основна задача – оптимізувати потенціал креативної економіки для сприяння більш

справедливому розвитку та зменшення бідності. Враховуючи багатогранний характер креативної економіки, уряди можуть скористатися досвідом та платформою системи Організації Об'єднаних Націй для орієнтованого на політику аналізу, технічної допомоги та своєчасного втручання у різні сфери компетенції відповідних відомств [21, с. 260].

Неформальність стосується тієї частки виробництва товарів і послуг у країні, яка не відповідає державному регулюванню. Неформальна діяльність є загальною рисою більшості країн; однак вона більша за розмірами та більш поширена у країнах, що розвиваються.

Є вагомі докази того, що неформальність, принаймні, в креативній економіці, визначається динамічною, дрібною підприємницькою активністю. Таким чином, регулювання та витіснення тіньового сектору економіки зможе усунути негативні економічні зміни.

Багато видів діяльності в галузі креативної економіки, особливо в найбідніших країнах – це або дрібномасштабні, часто побутові або підпільні галузі, які не орієнтовані на існуюче державне регулювання та підтримку розвитку бізнесу. Дійсно, сьогодні багато творчих підприємств, молодих талантів навіть у найдосконаліших країнах також починають у гаражі чи невеликій студії. Факт, що багато з цих "галузей" може бути частиною тіньового сектора, ускладнює питання. Щоб реалізувати весь потенціал сектору креативних індустрій, необхідно сформулювати стратегії та політику, яка надаватиме юридичну підтримку та сприятливе середовище для розвитку цієї ділової діяльності так само, як це було з іншими галузями економіки [21, с. 125-126].

### **1.3. Забезпечення державою захисту прав інтелектуальної власності як засадничого елементу у функціонуванні креативної економіки**

Метою системи інтелектуальної власності є сприяння творчій діяльності креаторів та бізнесу, підтримка трансформації цієї діяльності у продукцію, що



виходить на ринок, як локальний, так і глобальний. Підтримка вітчизняних творців та підприємців, які займаються створенням, виробництвом, маркетингом, трансляцією чи розповсюдженням творчих робіт, є ключовим кроком до культурної життєздатності та економічного процвітання держави. Роль інтелектуальної власності підтверджується не лише у міжнародних конвенціях про власність, але й у ключових інструментах інших напрямків політики, таких як Конвенція про захист та просування різноманітності культурних виразів, яка визнає “важливість прав інтелектуальної власності у підтримці тих, хто займається культурною діяльністю” [21, с. 170].

Існують різні підходи до визначення, що саме відносити до креативних індустрій, залежно від обраних критеріїв. Перспектива ВОІВ(Всесвітня організація інтелектуальної власності) підкреслює взаємозв'язок між творчістю та захистом інтелектуальної власності, особливо авторського права. Креативні індустрії безпосередньо чи опосередковано беруть участь у комерційній експлуатації товарів та послуг, що базуються на інтелектуальній власності, тобто переважно культурних та інформаційних товарів. Нематеріальний капітал та захист інтелектуальної власності відіграють основну роль у цих галузях [21, с. 171].

Авторське право – це область права інтелектуальної власності, яка забезпечує захист оригінальних авторських творів, таких як картини, скульптура, музика, романи, вірші, п'єси, архітектура, танці, інструкції з експлуатації, технічна документація та програмне забезпечення.

Закони про авторське право дають законодавче вираження економічним та моральним правам творців у їхніх творах та правам громадськості на доступ до цих творінь. Вони також мають на меті сприяти розвитку урядової політики, розповсюдженню та застосуванню її результатів, а також заохочують справедливу торгівлю як засіб сприяння економічному та соціальному розвитку.

Метою двох договорів ВОІВ 1996 р. (Договір ВОІВ про авторське право та Договір ВОІВ про виконання та фонограми) було оновлення та доповнення

основних існуючих договорів ВОІВ про авторські та суміжні права, насамперед, щоб відповісти на розвиток технології та на ринку. З моменту прийняття або останнього перегляду Бернської та Римської конвенцій понад чверть століття тому розвивалися нові типи робіт, нові ринки збуту та нові методи використання та розповсюдження. Крім усього іншого, ці два договори ВОІВ вирішують проблеми, які ставлять сьогоденні цифрові технології, зокрема розповсюдження захищених матеріалів у цифрових мережах, таких як Інтернет. З цієї причини їх іноді називають "Інтернет-договорами" [1].

Обидва договори забезпечують юридичне обґрунтування належного та ефективного захисту власників авторських прав у цифровому середовищі, коли їх твори та звукозаписи поширюються за допомогою нових цифрових технологій та систем зв'язку. Вони також створюють нові онлайн-права. Наприклад, стаття 6 (1) Договору передбачає виняткове право дозволяти оприлюднювати оригінали та копії творів шляхом продажу чи іншої передачі права власності, тобто виключне право на розповсюдження. Таке право, збережене принаймні до першого продажу примірників, є потужним інструментом у боротьбі з піратством, оскільки дає можливість посадовцям та правоохоронним органам вилучати нелегальні копії там, де вони знаходять їх на ринку, крім того відстежити особу, відповідальну за вчинок правопорушення. Для забезпечення справедливого балансу інтересів між власниками прав та широкою громадськістю, договори ще більше акцентують увагу та тому, що країни мають гнучкість у встановленні винятків чи обмежень прав у цифровому середовищі [21, с. 184-185].

Ефективна та справедлива міжнародна система інтелектуальної власності є в інтересах держав, креаторів, креативних індустрій та споживачів у всіх країнах, а рівень її впровадження часто є предметом дискусій у угодах про вільну торгівлю. Права інтелектуальної власності є територіальними, це означає, що вони захищені лише в тій країні або регіоні, де було застосовано та отримано захист. Захист інтелектуальної власності на експортних ринках має

вирішальне значення, якщо творець повинен користуватися тими ж перевагами захисту за кордоном, якими користується на внутрішньому ринку.

Інтелектуальна власність створює стимули для творців та підприємців у формі торгового економічного активу – авторського права – що є важливим для інвестування у розвиток, виробництво та розповсюдження товарів та послуг у ринковій економіці, які значною мірою ґрунтуються на людській творчості. Це, в свою чергу, сприяє розширенню доступу до культури, знань та розваг у всьому світі. В ідеалі, згідно з цією системою прав, власники прав запевняють, що їх твори можна розповсюджувати, не боячись несанкціонованого використання своїх творчих та інтелектуальних продуктів. Підвищення обізнаності про внесок і потенціал креативного сектору для розвитку є головним завданням [51].

Захист авторських прав – це державна політика країн, які прагнуть стійкого зростання креативної економіки. Багата, нематеріальна культурна спадщина багатьох корінних та місцевих громад та країн, що розвиваються, є джерелом творчості, яку слід використовувати для прямої вигоди цих громад та країн.

На думку ВОІВ, неефективність законодавства про інтелектуальну власність та системи правозастосування заважає економічному зростанню, частиною якого є креативні індустрії. Правозастосування так само важливо, як і освіта та обізнаність. Країни, які бажають бачити свої креативні індустрії процвітаючими, повинні зайняти рішучу позицію щодо просування всього спектру авторських прав та їх ліцензій. Найкращий спосіб розширити креативну економіку – це впровадити збалансовану систему авторських прав, яка реалізує їх потенціал розвитку. Правильну рівновагу слід знайти, забезпечуючи спектр вибору для творців та підприємців, з одного боку, забезпечуючи доступ до творчого та інтелектуального контенту та соціально-економічні та культурні вигоди, які такий доступ надає, з іншого [21, с. 186-187].

Еволюція Інтернету та цифрових технологій створила відкритий ринок розповсюдження та обміну інтелектуальною власністю. Але в швидкоплинний цифровий вік, як ті, хто працює в креативних індустріях, можуть захистити свою інтелектуальну власність? Захист прав інтелектуальної власності став одним із найскладніших викликів для креативних індустрій, що впливає на уряди, креаторів, аналітиків та агенції. Найважливішим викликом є те, як правові та політичні інституції можуть бути в курсі постійних змін. Технологія швидко розвивається і породжує нові інновації, які, з одного боку, допомагають креативним індустріям, а з іншого створюють соціальні та правові бар'єри для ефективного використання та захисту їх результатів [21, с. 178].

Останні темпи технологічних змін створили невідповідність між можливим і тим, що дозволено. Обмін файлами? Відповідно до міжнародного законодавства про авторські права, це незаконно. Опублікування витягів з веб-сайту чи блогу в більшості випадків все ще є незаконним. Звичайно, ці "порушення" все ще відбуваються, але важко побудувати законну, стійку практику чи бізнес-моделі, коли кожен учасник потенційно є злочинцем в очах закону.

Хоча авторське право залишається основним гарантом авторських прав, рух Creative Commons завойовує прихильність серед творців та підприємців, які прагнуть захистити свої права інтелектуальної власності. Creative Commons (CC) – це неприбуткова корпорація, яка займається полегшенням спільного використання творчих робіт у межах норм авторського права. Завдяки безкоштовним ліцензіям та іншим інструментам, Creative Commons забезпечує механізм для творців, які можуть використовувати можливості Інтернету для фактичної співпраці та розширення доступу до інформації та можливостей [20].

Ліцензії CC були створені у співпраці з експертами з інтелектуальної власності по всьому світу, щоб гарантувати, що ліцензії працюють в усьому світі. Зараз в Інтернеті налічується понад 250 мільйонів предметів, що мають ліцензію на захист Creative Commons, створених, авторами, музикантами, вченими, ремісниками, педагогами та іншими, які прагнуть поділитися своєю

роботою, створити свою репутацію та збільшити вплив своїх зусиль. Серед більш відомих установ та груп, які використовують ліцензії Creative Commons у всьому світі, - Массачусетський технологічний інститут, відео-архів Аль-Джазіра, Google та навіть деякі канали громадського зв'язку Білого дому у Сполучених Штатах [21, с. 187].

У більшості країн національне законодавство кодифікує винятки та обмеження з великою специфікою. Зазвичай він позначає лімітований набір обмежень, конкретні дозволені використання, визначені та перелічені в детальних правилах.

На рівні ЄС була створена ціла правова база для захисту авторських прав у межах 28 країн-членів та в цифровому світі. Наприклад, Директива про гармонізацію певних аспектів авторського права в інформаційному суспільстві прагне адаптувати законодавство про авторське право так, щоб відображати технологічний розвиток, в той час як Директива 2006/115 / ЄС гармонізує положення, що стосуються оренди та права позики на твори, на які поширюється авторське право.

Отже, аналіз та покращення системи захисту інтелектуальної власності є однією з головних задач для державних стратегій більшості країн світу [28].

## Висновки до Розділу 1

Історія розвитку креативної економіки сягає 80-90-х років, коли закладались фундаментальні принципи цього напрямку. На початку 2000-х можна спостерігати законодавчу та інституційну складову з боку рішень розвинених держав.

Поняття «креативна економіка» та «креативні індустрії» все ще залежить від моделі тлумачення та контексту, а отже, потребує чіткої систематизації та уніфікації в майбутньому.

Багатогранний характер креативної економіки означає, що вона охоплює широке коло економічної та соціальної політики. Більше того, спостерігається схожа множинність участі в державному секторі, корпоративному секторі та громадянському суспільстві.

Таким чином, розробка політики для креативної економіки не обмежується одним міністерством чи урядовим відомством; скоріше, це, ймовірно, стосується кількох різних галузей політики, включаючи:

- економічний розвиток та зростання регіонів;
- національне планування;
- трудові та виробничі відносини;
- освіта;
- внутрішні та іноземні інвестиції;
- технології та комунікації;
- соціальна допомога.

## **РОЗДІЛ 2**

### **АНАЛІЗ КРАЩОЇ ЗАРУБІЖНОЇ ПРАКТИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ**

#### **2.1 Інституційні механізми регулювання креативного сектору у Великій Британії**

Великобританія – країна номер один у Європі за внутрішніми інвестиціями та один із світових фінансових центрів світу. Від цього виграє креативна економіка.

Термін "креативні індустрії" зародився в середині-кінці 1990-х років і вперше був прийнятий на національному рівні урядом Великобританії. Концепція була спробою змінити умови дискусії про цінність мистецтва та культури. Хоча мистецтво в тій чи іншій мірі підтримувалося більшістю урядів, вони, як правило, вважалися маргінальними для економічного життя і залежали від державних субсидій. Прихильники ідеї креативних індустрій вважали, що це – сукупність економічної діяльності, що впливає з творчості та культури, включаючи їх комерційні форми. На їхню думку, ця діяльність включала не лише традиційні форми мистецтва, такі як театр, музика та кіно, але послуги бізнесу, такі як реклама (яка продає свої творчі вміння в основному іншим підприємствам), виробничі процеси, що живляться культурною продукцією, і роздріб творчих товарів. Стверджувалося, що галузі, які мають своє коріння в культурі та творчості, були важливим і зростаючим джерелом створення робочих місць та добробуту країни.

Прийняття концепції креативної індустрії дуже сильно було пов'язане з обранням нового уряду лейбористів у 1997 році та створенням тодішнього Департаменту з питань культури, засобів масової інформації та спорту (DCMS – Department for Culture, Media and Sport), нині Департаменту з питань

цифрових технологій, культури, засобів масової інформації та спорту(DCMS – The Department for Digital, Culture, Media and Sport), який спирався на функції попереднього Департаменту національної спадщини [46]. Одним із перших актів нового департаменту було створення робочої групи креативних індустрій, яка відповідала за визначний Документ про креативні індустрії(Creative Industries Mapping Document) у 1998 році та наступний звіт у 2001 році [24].

Документ про креативні індустрії(Creative Industries Mapping Document) 1998 року був першою систематичною спробою визначення та вимірювання креативних індустрій. Він був розроблений як для збору даних про галузі, так і для сприяння більш глибокому розумінню сектору, розповідаючи свою історію таким чином, щоб політики, журналісти, інвестори, вчені та урядовці могли відразу зрозуміти те, що представлений документ показав, наскільки економічно значущими були креативні індустрії. Згідно з документом креативні індустрії складають майже мільйон робочих місць та 4 відсотки ВВП у Британії, і отримали 7,5 млрд фунтів стерлінгів від експорту. Документ також показав, що цей сектор був поляризований між безліччю дуже малих фірм та приватних підприємців та парою дуже великих, часто транснаціональних компаній.

Ідея про креативні індустрії, викладена в документах Департаменту з питань цифрових технологій, культури, засобів масової інформації та спорту, швидко була сприйнята не лише національним урядом Великобританії, а й її містами, регіонами та місцевою владою. Безліч ініціатив та програм було започатковано багатьма громадськими організаціями, і «креативність» стала новим гучним словом для економічного розвитку. Так чи інакше, в останнє десятиліття, наприклад, креативні індустрії були пріоритетним сектором для всіх регіонів Англії. Цей ентузіазм співпав із різким зростанням зайнятості у креативних індустріях Великобританії наприкінці 90-х, що надало ваги новій моделі [19, с. 15-18].

Діяльність робочої групи з питань регіонального розвитку допомогла заохотити до дій якомога раніше рівні влади нижчого рівня у Британії. У 2002



році тодішній мер Лондона Кен Лівінгстон створив Комісію з креативних індустрій, щоб оцінити їхню цінність та потенційний внесок у економіку міста. У такому мегаполісі як Лондон креативні індустрії надзвичайно сильні. У 2001 році креативні індустрії були визнані другими після фінансового сектору у списку важливості галузей для економіки міста. Комісія з креативних індустрій ініціювала створення установи Creative London, яка мала на меті як сприяти розвитку креативної економіки, так і використовувати її для здійснення більш широких амбіцій мера – відновити деякі економічно пасивні частини міста та покращити бренд Лондона [50].

Між 2005 та 2007 роками Департамент з питань цифрових технологій, культури, засобів масової інформації та спорту розпочав великий науково-дослідний проект "Програма Креативної Економіки", в результаті якого у 2008 році був створений звіт «Креативна Британія» – звіт, в якому викладена програма підтримки креативного сектору, що стосувалося освіти, навичок, інновацій та інтелектуальної власності.

Наступним орієнтиром стала публікація «Digital Britain» у 2009 році, в якій викладені амбіції країни щодо цифрової доби [25]. Одним із вражаючих аспектів звіту є його спрямованість на креативні індустрії: це свідчення того, наскільки цифровий та креативний сектори зливаються завдяки технологічним змінам.

У 2007 році було впорядковано значну частину економічного аналізу під назвою «Попереду: економічні показники креативних індустрій Великобританії». Залишається найбільш повною спробою визначити найважливіші характеристики креативних індустрій, а також політичні виклики, з якими стикається будь-який уряд, який хоче інтегрувати їх як частину розуміння та планування загального управління економікою.

Звіт 2007 року, в свою чергу, призвів до урядового документу стратегії 2008 року, опублікованого спільно з Департаментом цифрових технологій, культури, засобів масової інформації та спорту, Департаментом реформ бізнесу, підприємництва та регуляторної реформи та Департаментом інноваційних

університетів та навичок. Creative Britain: нові таланти нової економіки, було запропоновано більш широкий аналіз ролі уряду у просуванні креативної економіки. Половина його 26 рекомендацій щодо політики стосувалася індивідуальних навичок та розвитку місцевих кластерів. Це показало, що уряд починає набагато тісніше інтегрувати свої думки про креативну економіку у державній стратегії, особливо поширюючи інновації та креативність у більш широкий економічний контекст.

Джон Хоукінс, провідний експерт креативної економіки, написав, що "настав час для більш рефлексивного та нюансованого підходу та для більшого наголосу на ролі творчості в освіті, навчанні, громаді, розвитку міст та інших соціальних та економічних питань [18, с. 58].

Дев'ять агентств регіонального розвитку в Англії та аналогічні агентства в Шотландії, Уельсі та Північній Ірландії разом зі структурними фондами, що управляються Європейським Союзом на регіональній основі, були центральними у зростанні успішних креативних кластерів та розробці політики креативної індустрії. Коаліційний уряд, обраний у травні 2010 року, пропонує скасувати ці Агенції розвитку, але замінити їх іншими ініціативами, спрямованими на орієнтацію на місцевий та регіональний економічний розвиток.

Звіт Кокса про креативність у бізнесі 2005 року – це урядовий огляд, який звернув увагу на важливість підприємств малого та середнього бізнесу, які складають 50% ВВП Великобританії. Він закликав використовувати «величезні повноваження державних закупівель», щоб «заохочувати більш інноваційні рішення від постачальників». Огляд закликав компанії в кожному секторі економіки призначити більше творчих людей, які будуть засідати в їхніх управлінських радах, і наголосив, що інновації часто більше стосуються процесів і людей, ніж продуктів [45, с. 3].

Британський уряд розподіляє галузеві інвестиції у навички робочої сили за допомогою Інвестиційного фонду Skills Investment Fund (SIF). Ця ініціатива допомагає фінансувати різні навчальні програми у креативних індустріях, а

також підтримала роботу деяких найвибагливіших світових співпраць Великобританії, таких як, наприклад, «Гра престолів», що згодом почало приносити дохід для держави [33].

The Gowers Review – є третім урядовим оглядом, який досліджував способи оновлення закону про інтелектуальну власність у цифрову епоху. До її рекомендацій входили дії щодо:

- боротьби з піратством та іншими злочинами щодо інтелектуальної власності,
- зменшення витрат та складності законодавчої бази щодо захисту авторських прав та захисту прав інтелектуальної власності
- реформування законодавства про авторські права, щоб застосовувати способи, більш узгоджені в цифровий вік [29, с. 59].

Британські креативні податкові пільги є одними з найбільш конкурентоспроможних у світі, лише за 2016 рік уряд інвестував у фільм 415 мільйонів фунтів стерлінгів через податкові пільги на фільм – ріст на 23 відсотки у річному обчисленні. Податкові пільги у 2007 році стали поштовхом до залучення понад 11 мільярдів фунтів інвестицій у британську екранну галузь, і загалом британський сектор кіно, телебачення та відеоігор приніс 13,2 мільярда фунтів стерлінгів у ВВП та 158 000 робочих місць у 2016 році.

Майже 70 мільйонів фунтів стерлінгів на допомогу та фінансування Національної лотереї щорічно вкладаються через Британський інститут кіно (BFI) для підтримки низки заходів у Великобританії.

Було профінансовано спеціальний підрозділ поліції з питань злочинності в галузі захисту прав інтелектуальної власності (Police IP Crime Unit – PIPCU), який розслідує злочини, пов'язані з порушенням прав інтелектуальної власності на суму понад 100 мільйонів фунтів стерлінгів. Наприклад, підрозділ забезпечив зменшення реклами на веб-сайтах, що порушують авторські права, на 64 відсотки.

Окрім сприяння експорту за допомогою кампанії GREAT Campaigne, уряд підтримує міжнародну співпрацю креативних індустрій через Програму

доступу до торгівлі та схему зростання експорту музики(Trade Access Programme and Music Export Growth Scheme), отримує вигоду з участі на ключових заходах, таких як China Joy та South від Southwest. Уряд уклав договори про спільне виробництво на ключових міжнародних ринках, таких як Китай та Бразилія, що допоможе британському бізнесу процвітати. Насамперед це стосується угоди Creative Industries Sector Deal.

Уряд зобов'язується виділити 20 мільйонів фунтів стерлінгів для створення Фонду культурного розвитку (Cultural Development Fund – CDF), який буде працювати протягом двох років та інвестуватиме в райони країни, які можуть продемонструвати високий результат; розробить ретельний план використання інвестицій в активах креативних індустрій для подальшого економічного зростання та підтримки місцевих громад [42].

Варто зазначити про програму Creative Kickstar, яка відіграватиме важливу роль у підтримці Фонду культурного розвитку (Cultural Development Fund – CDF), розробляючи програму діяльності з просування бізнесу у конкретних сферах за межами Лондона. Сюди входить надання послуг менторства та консультацій з питань, що стосуються галузі фінансів, брендингу, реклами, маркетингу, комунікацій, експорту та інтелектуальної власності.

Окрім інвестицій, існує потреба у підтримці районів, де спостерігається сильна позиція у креативних індустрій, варто допомогти їм вчитися один у одного, як стимулювати зростання за допомогою лідерства, планування, закупівель та інших інструментів.

Спираючись на консультативний підхід угоди Creative Industries Sector Deal, уряд планує скликати Креативне місцеве промислове партнерство для посилення співпраці між консорціумами креативних індустрій, включаючи Федерацію креативних індустрій, Раду креативних індустрій, місцеві партнерства з підприємствами, об'єднані органи влади та партнерів у автономних територіальних одиницях(Ірландія, Шотландія та Вельс). Разом ці об'єднання інформуватимуть про креативні аспекти місцевих стратегій – такі як

перспективи для розростання місцевих креативних секторів чи використання креативних індустрій для вирішення великих викликів, які постають перед владою на місцях.

Поряд з усіма цими заходами, інші кроки угоди Creative Industries Sector Deal підтримуватимуть провідні кластери, що включатиме:

- Програма креативних кластерних рад з питань мистецтв та гуманітарних наук, що дозволить університетам Великобританії та креативному бізнесу вирішувати проблеми регіонального сектору за допомогою спеціалізованих досліджень.
- Підтримка бізнесу. Зважаючи на їх зв'язок із креативною діловою спільнотою, творчі кластери можуть розміщувати програми підтримки бізнесу, сприяти розмовам між інвесторами та бізнесом, інформувати про рішення щодо інвестицій або інші наявні поради.
- Кар'єра у креативних індустріях. Креативні кластери об'єднують регіональний бізнес, освітян та творчих людей. Кластери створюють попит на навички та попит на зайнятість [32, с. 27-28].

Для заохочення інновацій у креативних індустріях Рада з досліджень в області мистецтва і гуманітарних наук (The Arts and Humanities Research Council – AHRC) надасть Програму кластерів креативних індустрій (Creative Industries Cluster Programme – CICP), що фінансуватиметься державними інвестиціями в розмірі 39 млн. фунтів стерлінгів. Програма включає фінансування до восьми креативних партнерств для досліджень та розвитку довгострокової стратегічної науково-дослідної діяльності між бізнесом та вищими навчальними закладами у Великобританії.

Програма отримала 45 пропозицій щодо партнерств з науково-дослідних розробок, охоплюючи кожен регіон Великобританії та кожен креативну індустрію.

Поряд з креативними науково-дослідними партнерствами, Creative Industries Cluster Programme також забезпечить інвестиції в центр з питань політики та доказів у Великобританії для креативних індустрій. Центр надасть докази, що мають важливе значення для розробки державних рішень для найбільших проблем сектора.

Серед інших цілей програма Creative Industries Cluster Programme сприятиме розвитку, комерціалізації та захисту творчих активів Великої Британії, створенню нових продуктів, послуг та досвіду, а також підвищенню зайнятості та створенню нових категорій робочих місць. Передбачається також, що програма сприятиме розширенню міжнародної торгівлі для креативних індустрій на всій території Великобританії [23].

Виникає питання подолання перешкод для інвестування в науково-дослідну діяльність креативної економіки. Успіх креативних індустрій критично залежить від постійних інвестицій в науково-дослідну діяльність цього напрямку. Для збільшення інвестицій уряд планує скликати Робочу групу з питань науково-дослідної роботи у креативних індустріях.

Група, що складається з головних керівників технологічних центрів та керівників секторів, запропонованих Радою креативних індустрій, а також посадових осіб Міністерства фінансів Великобританії, Королівського наукового товариства, Міністерства з питань бізнесу, енергетики та промислової стратегії, зосередиться на: перегляді фінансування науково-дослідних робіт для креативних індустрій; дослідженні перешкод для доступу інвестицій та можливості покращити успішне використання існуючої підтримки, наприклад, щойно збільшені податкові пільги на НДДКР, а також надання кращих даних про тип та обсяг науково-дослідної роботи та повернення інвестицій [32, с. 35-36].

Споживачі все частіше звертаються до Інтернету, щоб отримати доступ до креативного контенту. І уряд, і бізнес несуть відповідальність за те, щоб цей доступ отримували на законній та ліцензованій підставі.

У 2017 році уряд допоміг створити кодекс практики щодо взаємодії креативних індустрій та пошукових систем. Цей кодекс вже показав значні успіхи у зменшенні популярності незаконних сайтів. Спираючись на прогрес, досягнутий у пошукових системах, уряд буде працювати з креативними індустріями, щоб організувати нові круглі столи між власниками прав та:

- галуззю інтернет-реклами;
- соціальними мережами
- інтернет-платформами,

щоб домовитись про подальші дії щодо зменшення порушення в Інтернеті, очолюватиме ці зустрічі представник уряду [32, с. 47].

Отже, державна політика Великобританії щодо креативної економіки вже багато років поспіль є лідером нововведень та реалізації відповідних заходів, а також підтримує нові ініціативи для побудови ефективних стратегій розвитку держави.

## **2.2 Урядова політика Південної Кореї щодо розвитку креативних індустрій в умовах цифрових трансформацій**

Корейська парадигма управління економікою також розвивається шляхом наслідування та застосування, і уряд зараз працює над переходом корейської економічної парадигми до тієї, що зростає на основі корейської креативної економіки. Для її досягнення креативна економіка була встановлена корейським урядом як головний елемент державної політики у 2013 році. Відповідно до визначення креативної економіки корейським урядом, креативна економіка – це нова економічна стратегія, яка створює нові галузі та ринки, інтегруючи / погоджуючи креативність з наукою, технологіями, ІКТ та створюючи гідні робочі місця шляхом зміцнення традиційних галузей. Корея три роки поспіль (2014-2016 рр.) очолювала Інноваційний індекс ЄС, а також корейська креативна економіка отримала високе визнання світової спільноти. Також за чотири роки (2014-2017 рр.) Республіка Корея посіла перше місце за

індексом інновацій Bloomberg. Також країна зайняла друге місце як найінноваційніша азіатська країна та 11-а загалом у всьому світі та зберігає свої лідируючі позиції в галузі патентування та інших маркерів, пов'язаних з інтелектуальною власністю, згідно з Глобальним індексом інновацій 2017 (GII) INSEAD, Університету Корнелла та BOIB.

У креативній економіці задіяні кілька міністерств та державних установ:

- Міністерство науки, ІКТ та планування майбутнього, яке здійснює нагляд за наукою, технологіями та ІКТ;
- Міністерство торгівлі, промисловості та енергетики, яке здійснює нагляд за промисловою політикою, управлінням малого та середнього бізнесу та управлінням інтелектуальної власності;
- Міністерство стратегії та фінансів, яке контролює бюджет та довгострокову національну стратегію;
- Міністерство культури, спорту та туризму, яке здійснює нагляд за культурною політикою.

Міністерство науки, ІКТ та планування майбутнього [39] відіграє ключову роль у координації політики креативної економіки між міністерствами. Міністерство було створено у лютому 2013 року з метою створення та реалізації політики креативної економіки. Міністерство має Бюро з питань політики креативної економіки, яке займається виключно питаннями креативної економіки. Бюро складається з п'яти підрозділів: підрозділ планування креативної економіки, підрозділ фонду креативної економіки, підрозділ планування взаємодії у креативній економіці, підрозділ стратегії майбутнього зростання та відділ сприяння креативній економіці. Завдання міністерства – збільшити ВВП країни, створити нові робочі місця та нові механізми зростання, які вкрай необхідні для сталого зростання країни [49, с. 6]

Пак Кин-Хе стала першою, хто з корейських президентів визначив термін «креативна економіка» для країни. Починаючи з 2013 року, президент Пак Кин-Хе оголосила про різні стратегії для розвитку креативної економіки та виконання відповідних завдань.



Станом на 5 червня 2013 року країною було встановлено план креативної економіки – «План заходів щодо креативної економіки та заходи щодо створення креативної економічної екосистеми» [47]. Це стратегія розвитку креативної економіки, яка використовує корейську науку, технології та інформаційно-комунікаційні технології, і все це є її сильними сторонами.

План дій щодо креативної економіки встановлює бачення „Реалізації нової ери щастя для корейського народу через креативну економіку”. Уряд поставив 3 цілі:

1. створити нові робочі місця та ринки через креативність та інновації;
2. зміцнити своє глобальне лідерство через креативну економіку;
3. створити суспільство, де креативність поважається і проявляється.

Уряд також запропонував шість стратегій:

1. створити екосистему, яка сприяє створенню стартапів;
2. посилити роль малих та середніх підприємств у креативній економіці та зміцнити їх здатність виходити на світові ринки;
3. створити двигуни зростання для нових ринків та нових галузей;
4. сприяти розвитку глобального творчого таланту, який може приймати виклики та знаходити шляхи їх вирішення;
5. посилити інноваційний потенціал науки, техніки та ІКТ, які є основою для креативної економіки;
6. створити креативну економічну культуру разом з корейським народом.

Кожна стратегія супроводжується кількома завданнями [49, с. 8].

1. Створити екосистему, яка сприяє створенню стартапів.

Міністерство стратегії та фінансів оприлюднило "Заходи для фінансування високоризикових стартапів", що включає заходи, які входять до Плану дій креативної економіки. Зміна структури фінансування підприємств-стартапів зосереджена на відмові від фінансування в угоду інвестування. Стимулюються інвестиції стартапів, інституціоналізується краудфандинг та створюється інвестиційна організація Future Creation Fund.

Серед іншого повинна розширитись інфраструктура стартап-екосистеми. Платформи для запуску розширюються, менторство зміцнюється, а середовище для початку нового бізнесу (після провалу в перших зусиллях) покращується.

2. Посилити роль малих та середніх підприємств у креативній економіці та зміцнити їх здатність виходити на світові ринки.

Підприємствам, які виробляють перспективні промислові товари, буде надана можливість вийти на ринки державних закупівель через системи відбору товарів на високому рівні. Товари, придбані за допомогою державних закупівель, будуть зареєстровані у спонсованому урядом інтернет-магазині.

Венчурні та малі організації, місцеві органи влади, інститути освіти та навчання та корпорації взаємно співпрацюватимуть для того, щоб провести аналіз стосовно того, які малі та середні підприємства страждають від нестачі людських ресурсів, потребують забезпечення освіти / навчальних послуг, щоб побудувати спільну систему управління людськими ресурсами для взаємодії венчурних підприємств та МСП з тими, хто шукає роботу [49, с. 39].

Перспективним стартапам можна буде вийти на світові ринки шляхом консультацій з вітчизняними центрами (такими як Центр підтримки глобального запуску). Ці стартапи зможуть отримувати підтримку локалізації через закордонні центри підтримки та нетворкінгу.

3. Створити двигуни зростання для нових ринків та нових галузей. Основні галузі промисловості підвищуватимуть свою конкурентоспроможність за допомогою спільних державно-приватних проектів та розвитку інноваційних центрів конвергенції ІТ. Індустрії, які були традиційно сильними, але зараз відстають, покращать свою додану вартість та продуктивність за рахунок

розширення систем управління на основі ІТ, розвитку чистої енергії та розширення простих смарт-платежів для традиційних ринків. Уряд візьме на себе участь у планах щодо вдосконалення наземної та промислової інфраструктури, таких як розумне автоматизоване керування автомобілем [49, с. 40].

Буде зміцнено освітню програму щодо вивчення програмного забезпечення та буде створено спеціалізований кластер. Уряд також сприятиме розвитку технологій конвергенції програмного забезпечення та створенню лабораторії з програмної політики. Фонд буде побудований для сприяння розвитку нових галузей Інтернету через прийняття «Закону про розвиток хмарних обчислень» та побудови «Центру аналізу та використання великих даних». До 2017 року понад 5000 людей навчалися як професіонали безпеки, а Корея перетворилася з "нації проблем безпеки в безпечну націю" [49, с. 41].

4. Сприяти розвитку глобального творчого таланту, який може приймати виклики та знаходити шляхи їх вирішення.

Учні початкових класів та середніх шкіл матимуть змогу навчатись за конвергентними навчальними посібниками, які охоплюють відразу математику, науку, технології та мистецтво. Студенти університетів отримають доступ до широкого спектру інформації за межами своїх основних спеціальностей через кафедри та класи конвергенції.

Уряд запровадить та сприятиме розповсюдженню „Спеціальної системи набору персоналу”, яка готується до участі в робочій силі, яка не витрачатиме час та гроші на непотрібні спеціалізації та сприятиме поглибленню розвитку економічних та творчих можливостей.

"Модель оцінювання кваліфікації кадрів" буде розроблена для підтримки бізнесу, який бореться з труднощами, пов'язаними з пошуком належного таланту, оскільки поза академічним досвідом та спеціалізаціями немає відповідних стандартів оцінювання.

Також створили "Спеціальну школу трансцендентності", яка підтримує працевлаштування після відбору та професійне наставництво.

5. Посилити інноваційний потенціал науки, техніки та ІКТ, які є основою для креативної економіки.

Державні інвестиції в фундаментальні дослідження, частина державних інвестицій в НДДКР, були збільшені на 40 відсотків до 2017 року, а уряд працює над проектом „Майбутні виклики наукових досліджень у креативній економіці”, щоб запропонувати можливість творчій молоді реалізувати свої креативно-дослідні ідеї.

Уряд також працює над «Проектом підтримки комерціалізації результатів досліджень» ще з 2013 року, який пропонує дослідникам отримувати результати досліджень, планувати бізнес-модель, працювати в науково-дослідних центрах та комерціалізувати результати [49, с. 42].

6. Створити креативну економічну культуру разом з корейським народом.

Підтримується ініціатива злиття ідей корейців з державними ресурсами через уряд 3.0. Дані, якими володіє уряд, будуть оприлюднені, щоб створити різні бізнес-моделі, які будуть використовувати дані уряду в приватному секторі. Уряд працює над прийняттям «Закону про стимулювання та розповсюдження публічної інформації» для підтримки цих цілей.

Якщо говорити про інноваційні методи роботи уряду з метою реалізації креативної економіки, то корейський уряд побудує «Інтегровану урядову комунікаційну систему», яка стане можливою комунікацією та співпрацею через відеоконференції та розповсюдження матеріалів для кожного адміністративного агентства. Інтегрований урядовий центр буде перетворений на хмарний обчислювальний центр, а «Національний центр стратегії майбутнього» вже створений у 2015 році для використання політичних рішень, прийнятих на основі всебічного аналізу великих даних [49, с. 43].

План був основою і доручав міністерствам та державним установам вживати подальших заходів, серед установ: Міністерство торгівлі, промисловості та енергетики, Міністерство стратегії та фінансів, Міністерство культури, спорту та туризму, Адміністрація малого та середнього бізнесу,

Управління інтелектуальної власності та ін. Зокрема п'ятдесят вісім відповідних законів та постанов були прийняті або перероблені.

Однією з особливостей плану є державно-приватне партнерство (ДПП) для стимулювання креативної економіки. Креативна економіка не може бути розвинена лише зусиллями уряду, вона також потребує активної участі приватного сектора. Розпочинаючи політику, необхідний внесок приватного сектора. План дій щодо креативної економіки відображає зусилля уряду щодо збору думок та отримання пропозицій щодо державних завдань приватними асоціаціями, включаючи Федерацію промисловості Кореї, Торгово-промислову палату Кореї, Федерацію малого та середнього бізнесу Кореї, Корейське агентство сприяння торгівлі та інвестиціям, Корейську федерацію роботодавців та Корейську асоціацію венчурного бізнесу [32].

У січні 2014 року була створена «Об'єднана робоча група з питань креативної економіки» для інституціоналізації участі приватного сектору. До неї входили венчурні компанії, малі та середні підприємства, великі компанії, а також уряд. Приватний сектор займає чільне місце і веде креативну економіку. Головою групи є голова Федерації корейської промисловості та Міністерства науки, ІКТ та планування майбутнього.

З метою сприяння активній участі громадськості, уряд створив і керує веб-сайтом Інтернет-порталу "Креативна Корея". За допомогою цього порталу будь-який громадянин зможе легко отримати доступ до інформації про креативну економіку та отримати всебічну підтримку, щоб внести свою креативну ідею, комерціалізувати її та розпочати новий бізнес [49, с. 8].

Створення організаційного сектору є чи не ключовим для Південної Кореї для розвитку креативних індустрій. Варто розглянути декілька прикладів таких установ.

Корейська федерація авторських прав – федерація асоціацій, пов'язаних з авторським правом [17]. Вона була заснована у 1993 році, має Центр захисту авторських прав як допоміжну організацію, метою якої є поліпшення середовища захисту авторських прав як на ринку в Інтернеті, так і в офлайн,

шляхом моніторингу та систематичних досліджень. Членство: 11 асоціацій, включаючи Асоціацію звукозаписної індустрії Кореї, Корейську асоціацію авторських прав музики.

Національне агентство інформаційного суспільства (НАІС) [40]. НАІС – це статутне агентство, засноване в 1987 році статтею 10 Основного закону «Про сприяння інформатизації» з метою сприяння інформатизації та підтримки розробки відповідної політики для національних агентств та місцевих автономій. Як основне агентство національної інформатизації, доручене урядом із надання політики та технічної експертизи, НАІС лідирує у розбудові Кореї як першокласної нації в галузі інформації та комунікації.

Основними його функціями є:

- Надання досвіду розробки та впровадження Національного плану щодо сприяння інформатизації;
- Управління та експлуатація інформаційних мереж громадських організацій;
- Підтримка стандартизації та розробки інформаційних комунікацій;
- Підтримка інформаційних систем для міжвідомчого обміну інформацією;
- Підтримка управління інформаційними ресурсами в державному секторі;
- Надання ІТ-консультаційних послуг країнам, що розвиваються [49, с. 11].

Національне агентство сприяння індустрії ІТ (National IT Industry Promotion Agency (NIPA)) [41] засновано в 1998 році з поєднанням трьох взаємопов'язаних агентств: Корейське агентство сприяння індустрії ІТ, створене в 1998 році; Агентство з прогресу в галузі інформаційних технологій, створене в 1999 році; та Корейський інститут електронної комерції, створений у 1999 році. Агентство присвячене підвищенню конкурентоспроможності ІТ-

індустрії та сприяє економічному зростанню завдяки ефективній підтримці та закладанню основ просування промислових технологій.

Основні відділи займаються:

- підтримкою політичних досліджень та розробок ІТ-індустрії;
- сприянням створенню фундаменту ІТ-індустрії та вдосконаленню її людських ресурсів;
- віталізацією ринку збуту для розвитку ІТ-індустрії та підтримки маркетингу;
- підтримкою міжнародного обміну, співробітництва та розширення за кордоном, пов'язаних з ІТ-індустрією.

Корейське агентство Інтернету та Безпеки (КАІБ) [36] було створено у квітні 1996 р. для впорядкування всіх необхідних заходів щодо захисту безпечного розповсюдження інформації. Агентство управляє операціями в Інтернеті, такими як IP-адреси та .kr (домен верхнього рівня коду країни). Агентство також проводить дослідження щодо ресурсів Інтернет-адрес нового покоління країни та займається адміністративними справами Корейського комітету з вирішення спорів в Інтернеті. КАІБ несе відповідальність за ефективне реагування на випадки несанкціонованого доступу в Інтернеті, аналіз вразливості та оцінку ключових засобів ІТ, та захист конфіденційності, аутентифікацію електронних підписів, підтримку галузі захисту інформації, розробку політики захисту інформації, а також за освіту та рекламу.

23 червня 2009 року Агентство було об'єднано з Національним агентством розвитку Інтернету в Кореї та Корейським агентством міжнародного співробітництва в галузі ІТ [49, с. 12].

Корейська міжнародна торгова асоціація (КМТА) [35]. Асоціація була створена в 1946 році з метою просування економіки Республіки Корея шляхом торгівлі, і в даний час є найбільшою організацією бізнесу з понад 71 000 компаній-членів. Представляючи інтереси світових торговців країни, КМТА виконує різноманітний спектр ролей, зокрема: надаючи практичну підтримку

торговим компаніям, здійснюючи торговельне співробітництво з приватним сектором, формулюючи нові торгові стратегії, розвиваючи торгових професіоналів та будуючи торговельну інфраструктуру. Маючи широко розгалужену мережу з 11 вітчизняних офісів та 8 закордонних відділень у великих містах, КМТА закріпила свою позицію провідної організації бізнесу, яка допомагає МСП у виході на зовнішній ринок, і активно сприяла досягненню в минулому 1 трлн доларів в торгівлі.

Корейська федерація дизайнерських асоціацій (КФДА) була заснована в 1995 році спочатку шістьма асоціаціями, що стосуються дизайну, щоб представити всю дизайнерську галузь та асоціації. КФДА охоплює промисловий дизайн, ювелірні вироби, інтер'єр, цифровий дизайн, громадський дизайн тощо. Основними функціями є вивчення та пропонування проектної політики уряду з метою просування дизайнерської галузі та підтримки її асоціацій-членів. Членство: 26 дизайнерських асоціацій та академічних товариств.

Політика Республіки Корея залишається послідовною щодо захисту прав інтелектуальної власності, що є важливою інфраструктурою для підвищення національної та корпоративної конкурентоспроможності в економіці, заснованій на знаннях. Закон «Про інтелектуальну власність», що діє з 20 липня 2011 року, став основою для встановлення законів, систем та політики, що регулюють створення, захист та використання прав інтелектуальної власності, включаючи патенти, торговельні марки та авторські права [49, с. 11-14].

Корейська комісія з авторських прав відповідає за захист авторських прав. Зареєстрований автор є істинним справжнім автором, а твір буде вважатися вперше опублікованим тільки з моменту реєстрації.

23 липня 2009 року було внесено значну поправку до Закону «Про авторські права», яка була спрямована на підвищення ефективності у розробці політики, а також на покращення регуляторної узгодженості та посилення правозастосування проти онлайн-піратства. Поправка інтегрувала Закон «Про авторські права» та Закон «Про захист комп'ютерних програм» в єдиний Закон.



Також Кореїська комісія з авторських прав поглинала Кореїський комітет з захисту авторських прав [43].

У червні 2010 р. Закон «Про розвиток індустрії цифрового вмісту в Інтернеті», який захищав права інтелектуальної власності на цифрові матеріали в Інтернеті, був змінений. Новий Закон передбачає більшу адміністративну та фінансову підтримку галузі контенту, а також нову політику, включаючи запровадження системи сертифікації якості та комісії з врегулювання спорів.

За даними корейського відомства з інтелектуальної власності, загальна кількість заявок на реєстрацію інтелектуальної власності, включаючи патенти, корисні моделі, дизайни та торговельні марки, подані до КМПО у 2015 році, становила 462, 243, що на 6,5% більше, ніж у 2014. Республіка Корея також входить в топ-5 країн Служби в галузі прав інтелектуальної власності у світі разом з Китаєм, Сполученими Штатами Америки, Японією та Європейським патентним відомством [49, с. 15].

Малі та середні підприємства (МСП) – багато з яких є мікро- або приватними підприємцями – мають своє місце на різних етапах ланцюгів поставок товарів креативних індустрій у багатьох країнах. Ця ринкова структура характерна як у розвинених, так і в країнах, що розвиваються.

Корея не є винятком у цьому, а роль МСП в економіці значна. Станом на 2011 рік було 3,2 млн. малих та середніх підприємств, а кількість найманих працівників – 12,6 млн, займають 86,9% загальної кількості зайнятості.

Адміністрація малого та середнього бізнесу (АМСБ) [48] відповідає за політику МСП та стартапів у Кореї. АМСБ підтримує інновації, керовані МСП в Кореї, як генератор національної економіки з моменту заснування в 1996 році. Враховуючи, що конкурентоспроможність малих та середніх підприємств може бути перетворена на національну конкурентоспроможність, основною місією АМСБ було сприяння складним та інноваційним МСП з метою створення максимального потенціалу зростання економіки Кореї. АМСБ зараз зосереджується на просуванні глобальних малих та середніх підприємств як основи економіки.

МСП є настільки важливою частиною для креативної економіки, що одна з шести стратегій плану креативної економіки, розробленого в 2013 році, була призначена для малого та середнього бізнесу та відповідної політики. Стратегія складається з п'яти завдань:

- Перетворення урядових та державних установ на замовника номер один для підтримки новаторства нового ринку;
- Ослаблення обмежень та посилення державної підтримки для стимулювання інвестицій;
- Постановка мети стартового зростання шляхом доступу до світових ринків;
- Створення екосистеми, яка заохочуватиме співпрацю та виграші між МСП та великими корпораціями;
- Побудова системи, яка поєднує попит, освіту та набір персоналу для вирішення дефіциту людських ресурсів.

Саме АСМБ відіграє ключову роль у виконанні завдань узгоджено з іншими відповідними міністерствами та державними установами. Адміністрація малого та середнього бізнесу вирішила зосередитись на побудові екосистеми креативної економіки<sup>37</sup>, дотримуючись плану креативної економіки. Акцент робиться на створенні добродісного циклу "запуск, зростання, відновлення інвестицій та повторний старт".

У 2013 році Адміністрація малого та середнього бізнесу запустила новий проект, який отримав назву "Національний стартап-проект Infinite Imagination". Метою цього проекту було те, щоб ідеї з повсякденного життя могли допомогти бізнесу та комерціалізації. З цією метою АСМБ провели конкурс ідей через Інтернет та створили спільне стартап-агентство для відкриття та комерціалізації вдалих креативних ідей для молоді та надання підтримки.

Другий момент – створити сприятливе середовище для інвестицій та відновлення інвестицій. Фінансування є дуже важливим на кожній фазі ділового циклу. Адміністрація малого та середнього бізнесу планує запровадити нову систему інвестицій для стартапів, яка пов'язує інвестиції

венчурних капіталів із науково-дослідною підтримкою уряду. Крім того, АСМБ намагається покращити умови для прямого фінансування малого та середнього бізнесу, послабивши перелічені стандарти відбору для KOSDAQ(Korean Securities Dealers Automated Quotations, Корейська асоціація учасників фондового ринку), створивши KONEX(Korea Exchange – біржа цінних біржа цінних паперів виключно для малих та середніх підприємств (МСП)), та створивши «Ексклюзивний фонд для відновлення венчурних інвестицій». За характером високого ризику з високим рівнем прибутку пряме фінансування більше підходить для стартапів та венчурного бізнесу, ніж непряме фінансування, як позики банків.

Отже, Південна Корея показує високий рівень розвитку та зацікавленості з боку держави до креативної економіки, що проявляється у активній та своєчасній інституційній та законодавчій розбудові.

### **2.3 Впровадження державної стратегії розвитку креативної економіки «Cool Japan» в Японії**

Японія десятиліттями є технологічною та економічною світовою державою. Хоча Японія зазнала поразки у Другій світовій війні, вона стала культурним та промисловим лідером в Азії з 1960-х до 1980-х рр. Розвиток культурних галузей Японії має історію майже століття з моменту "відновлення Мейдзі" 1868 року. Однак економічні спади у 90-х роках послабили її культурну та творчу промислову конкурентоспроможність.

Коли економіка Японії скоротилася в 1990-х роках, ставало все більш зрозумілим, що Японії потрібен інший спосіб стимулювання зростання. Починаючи з кінця 1990-х, Міністерство економіки, торгівлі та промисловості (МЕТП) визначило контент-індустрію (включаючи фільми, музику, ігрове програмне забезпечення, анімацію тощо) як перспективну галузь, і почало активно розробляти політику щодо їх розвитку.

У відповідь на проблеми, японський уряд та суспільство посилили зусилля для відновлення конкурентоспроможності у культурних та творчих галузях. Стратегія, яку підготував і веде уряд, називається «Ініціатива Cool Japan». Основною метою Ініціативи було зробити японські креативні індустрії рушієм економічного зростання та створення нових робочих місць. Ініціатива була офіційно започаткована у 2010 році зі створенням Офісу сприяння креативним індустріям на чолі з міністром, відповідальним за «Ініціативу Cool Japan». Офіс складався з дев'яти постійних членів та 34 запрошених доповідачів із різних галузей та професій.

Уряд Сіндзо Абе зміцнив «Ініціативу Cool Japan», щоб перетворити привабливість японської культури та способу життя на підвищену додану вартість та створити нові галузі зростання.

Згідно зі "Стратегічною програмою інтелектуальної власності на 2011 рік", ціль Cool Japan "охоплює все, від ігор, манги, аніме та інших форм контенту, моди, комерційних продуктів, японської кухні та традиційної культури до роботів, екологічно чистих технологій та іншої високотехнологічної промислової продукції".

Початкові кроки держави та ініціативи ґрунтувалися на Пропозиції Консультативної ради "Cool Japan" у 2011 році. Рада об'єднала моделі проектів приватного сектору та урядові ініціативи, що базуються на таких перспективах щодо поглиблення та посилення «Ініціативи Cool Japan»:

- Об'єднання політики та бізнесу
- Побудова центру людських ресурсів
- Включення іноземного досвіду
- Збільшення регіональних визначних пам'яток

МЕТП сприяє просуванню за кордон міжнародної торгової марки Cool Japan, культивуванню креативних індустрій, просуванню цих індустрій в Японії та за кордоном, а також іншим пов'язаним ініціативам з точки зору міжгалузевих та міжурядових позицій.

МЕТП створили «План дій з урядової взаємодії», який включає:

- створення платформи державно-приватного партнерства для організації спільних державно-приватних проектів;
- урядові відділення працюють разом, щоб допомогти ініціативам приватного сектора, спрямованим на побудову центрів, які збирають людей та інформацію з багатьох галузей та поширюють інформацію;
- створення мереж послів, що складаються з прихильників японської Японії.

Стратегія Cool Japan надає пріоритет креативним індустріям країни як рушіям національної економіки з амбітною ціллю. За прогнозами МЕТП, світовий ринок креативних товарів коштуватиме приблизно 9 трлн. дол. США в 2020 році, році Олімпіади в Токіо. Стратегія Cool Japan мала на меті залучити 80-110 млрд. дол. США, або 9-12% частки світового ринку. Це означає, що до 2020 року вдвічі збільшиться експорт товарів креативних ьндустрій. Крім того, ініціатива також має політичну мету – зміцнити національний імідж Японії в Азії, зокрема, і в світі в цілому.

Рада з просування стратегії Cool Japan була утворена у 2015 році за участю членів приватного сектору для Ініціативи публічно-приватного партнерства Cool Japan Strategy. Ідея полягає в тому, що приватний бізнес є головними дійовими особами у просуванні зусиль Cool Japan, тоді як роль уряду полягає у підтримці перспективного приватного бізнесу. За допомогою такого розподілу ролей, підприємства створюватимуть нові привабливі товари та послуги, орієнтовані на Cool Japan, а традиційні японські індустрії зазнають оновлення.

До 2014 року Бюро сприяння креативній індустрії запустило та підтримало такі проекти:

- Створення "Японського каналу" для трансляції за кордоном програм про японську анімацію, розваги, культуру та спосіб життя

- CoFest – найбільший в Японії фестиваль контенту, зарубіжні фестивалі та експозиції японської поп-культури
- Веб-сайт 100 Токіо, який рекламує туризм у Токіо, висвітлюючи творчі та поп-культурні пам'ятки міста
- Події для сприяння співпраці між компаніями, креаторами та дизайнерами з розробки продуктів для закордонних ринків.

Основним механізмом Cool Japan є корпорація Cool Japan Fund (Cool Japan Fund, Inc.), яка була створена урядом у листопаді 2013 року, плануючи протягом кількох років інвестувати близько 1 мільярда доларів США для збільшення експорту виробів креативних індустрій. Початкові інвестиції в розмірі 300 мільйонів доларів США від уряду та 75 мільйонів доларів США від 15 фірм приватного сектора, за прогнозами Cool Japan Fund, зростуть до 9 мільярдів доларів США.

Як і інші плани та ініціативи в Японії, Ініціатива Cool Japan повільно та поступово реалізовується. Межі імплементації були типовим японським державно-приватним партнерством. Акцент був зроблений на співпраці уряду та приватних компаній [31, с. 25-27].

Японія протягом певного часу розробила корисні системи підтримки креативних екосистем за допомогою різних схем, таких як створення промислових кластерів, кластер знань, регіональний рух та регенерацію громад. Загальновідомий факт, що в Японії є добре створені регіональні інноваційні центри та центри знань. Галузеві екосистеми вже налагоджені, а мережі співпраці великих та малих підприємств та фінансових посередників є в достатку. У Японії протягом останнього десятиліття активно створювалися творчі спільноти та центри.

Програма для промислових кластерів МЕТП зосереджена на допомозі існуючим промисловим комплексам розвивати технологічну силу, а Ініціатива кластерних знань Міністерства освіти, культури, спорту, науки та технологій зосереджена на університетах. Метою є заохочення установ працювати з

фірмами в місцевих районах, а також з фінансистами, комерціалізувати нові технології. Ця політика заохочувала регіональні малі та середні підприємства чи венчурні компанії створювати нові підприємства та технологічні інновації на основі регіональних переваг. Регіональні бюро МЕТП виступають як центри промисловості, академічних та урядових структур, використовуючи комплексні та ефективні регіональні заходи для підтримки місцевої економіки, які можуть сприяти розвитку нових підприємств, здатних конкурувати на світових ринках.

Подібно до ідеї креативних екосистем, Японія представила екомістечка у 1997 році. Через десять років вони накопичили значний досвід застосування системного підходу до скорочення використання відходів та енергії та переробки матеріалів.

У 2001 році Японія також розпочала промислову кластерну політику після міжнародної дискусії про кластери та системи інновацій у 90-х роках, ініційованої Майклом Портером. Незважаючи на те, що екоміста зазвичай не називаються кластерами, вони поділяють особливості останнього в тому, щоб сприяти роздумам щодо систем та мереж між різними частинами та гравцями в системі.

Сьогодні для Японії є актуальним планування та реалізація П'ятого науково-технічного плану (2016-2020 рр.), який містить бачення та програми дій для "Суспільства 5.0". Цей план поєднується з чинною "Ініціативою Cool Japan", існує можливість, що Японія оновить свою стратегію креативної економіки. У цьому випадку акценти на креативній економіці та побудові національної системи креативних індустрій є передбачуваними.

Насправді, Японія має багато порівняльних переваг для успішного запуску стратегії: великі культурні цінності та популярні культурні можливості, світові інновації та галузі високого класу, потужний сектор послуг, добре розвинені творчі кластери та промислові кластери, а також регіональне відродження кооперативів на базі громади.

П'ятий базовий план науки та технологій (2016-2020 рр.) також додав програму «Суспільство 5.0». «Суспільство 5.0»: «суспільство, де необхідні

товари та послуги надаються людям, які потребують їх у потрібний час та у потрібних кількостях, незалежно від віку, статі, місцезнаходження, мови чи інших обмежень, для повноцінного та комфортного життя, коли кожен може отримати високоякісну послугу».

Далі суспільство характеризується тим, що орієнтоване на людину, а не на технологію і підтримується наукою, технологіями та інноваціями (ІПСШ), як це має місце у "Промисловість 4.0". Підкреслюється відкритість, стійкість та всеосяжність [31, с. 36-37].

Отже, Японія проявила та продовжує впроваджувати ефективну політику щодо розширення державних ініціатив у креативній економіці. Розгалужена мережа кластерів, інституцій та законодавча база підтримують це твердження.



## Висновки до Розділу 2

Проаналізувавши історію становлення та розвитку креативної економіки в межах державних ініціатив Великобританії, Південної Кореї та Японії, можна зробити висновок, що всі передові та успішні стратегії мають спільні риси. Головними з них є такі:

- створення розгалуженої системи державних установ, які регулюють питання креативної економіки;
- відбувається підвищення кількості нових робочих місць та ринків через креативність та інновації;
- посилюється глобальне лідерство через креативну економіку;
- удосконалюється екосистема, яка сприяє створенню стартапів;
- посилюється роль малих та середніх підприємств у креативній економіці;
- посилюється інноваційний потенціал науки, техніки та ІКТ, які є основою для креативної економіки.

Запорукою успішного розвитку взаємовідносин держави та креативної економіки полягає також у розробці стратегічних планів на 5-10 років вперед з урахуванням потенційних моделей розвитку суспільства та технологій.

### **РОЗДІЛ 3**

## **РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЙ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ**

### **3.1 Дослідження актуальних проблем розвитку вітчизняної сфери креативних індустрій**

Розвиток креативних індустрій в Україні всього 5-7 років тому характеризувався нестабільністю та незначним місцем у сфері малого та середнього бізнесу. Для того, щоб повноцінно розвивати креативну економіку країни потрібно комплексно підійти до проблеми, що забезпечить розробку актуальних моделей розвитку креативних індустрій в Україні. Інформаційні та комп'ютерні технології належать до найбільш великих та швидкозростаючих секторів в Україні. Приблизно \$30 тис.приносить кожний зайнятий у цьому сегменті щорічно [16, с. 685].

Згідно з результатами дослідження, яке проводилося в Україні за методологією «Індикаторів впливу культури на розвиток» в межах програми «Культура і креативність», креативні індустрії забезпечують 4% ВВП держави. Проте налагодити екосистему, в якій розвиватимуться креативні індустрії, неможливо без підтримки європейських партнерів. За останні роки Україна стала учасником кількох міжнародних програм, які зокрема передбачають експертну підтримку в галузі культури, гранти на креативні проекти, мобільність, технічну допомогу. До таких програм належать: «Культура і креативність: програма ЄС і Східного партнерства» (2015-2018), «Креативна Європа» (2014-2020), «Мости культури» (Culture Bridges - 2017-2020), п'ятирічна ініціатива «Креативна іскра» (Creative Spark) [8].

Говорячи про глобальне значення, Україна має значний потенціал для розвитку креативних індустрій. Підтвердженням цього є дані світового Індексу креативності, за яким Україна посіла 45-е місце зі 139 країн [5, с. 7].

Серед країн Східної Європи українська економіка є досить слабкою. Проте вчені стверджують, що саме такі часи надають можливість звернути увагу на нові варіанти, підходи та стратегічні напрямки. Так, наприклад, у 2008 році майже всі регіони та країни певний на певний час зазнали швидких темпів падіння економіки. Тим не менш, продовжувався ріст світового експорту творчих товарів та послуг, який досягнув \$ 592 млрд. у 2008 році, що більш ніж удвічі до рівня 2002 року та свідчив про щорічний темп зростання на рівні 14 відсотків протягом шести років поспіль. Це можна вважати підтвердженням того, що креативна економіка має великий потенціал. Особливо це стосується країн, що розвиваються та країн, в яких є прагнення до диверсифікації своєї економіки.

Підтримка креативних індустрій з боку держави почалась не так давно. Тільки 9 листопада 2015 р. Україна підписала угоду про участь у програмі Європейського Союзу «Креативна Європа», метою якої була підтримка культурного, креативного та аудіовізуального секторів [10].

18 вересня 2018 відбувся семінар TAIEX «Вивчення законодавства ЄС, національних законодавчих актів та найкращих практик розвитку та підтримки культурних та креативних індустрій», організований Європейською Комісією спільно з Міністерством культури України. Варто зазначити, що TAIEX(англ. Technical Assistance and Information Exchange) – інструмент зовнішньої допомоги, що надається Європейською Комісією для обміну інформацією з метою розбудови інституціональної спроможності, необхідної для адаптації національного законодавства до *acquis communautaire*.

Семінар проводився з метою вивчення законодавства ЄС, національних законодавчих актів та найкращих практик розвитку та підтримки культурних та креативних індустрій, реалізації європейського досвіду в Україні для розробки змін у законодавчій базі.

Міністр культури України Євген Нищук наголосив на важливості участі в семінарі представників обласних, міських адміністрацій, маленьких містечок, фахівців у культурній, соціальній, освітніх сферах, туризмі.

Міністр культури також відзначив, що креативні індустрії є перспективним для експорту сектор економіки, який має додаткові перспективи сприяти покращенню іміджу України в глобальному сенсі. А розвиток креативних індустрій є логічним кроком для України з огляду на тенденції світової економіки, що концентрується в інноваційному та інформаційному капіталах. Крім того, розвиток креативних індустрій і створення сприятливих умов для формування креативної економіки є одним з пріоритетних напрямів діяльності Міністерства культури [8].

На законодавчому рівні можна виділити важливий крок для креативних індустрій в Україні. Верховна Рада України ухвалила Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії». Як вже відомо, визначення креативних індустрій не існувало в чинному законодавстві, це стосується також специфіки цієї діяльності. Впровадження внесених змін до підзаконних актів відкриває можливість розширення нормотворчого врегулювання щодо підтримки інноваційної креативної діяльності [5].

Нормативний акт розроблено Міністерством культури України на виконання пункту 2 розділу II «Прикінцеві положення» Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії» від 19 червня 2018 року №2458-VIII.

За визначенням з цього закону креативні індустрії – це види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти і послуги є результатом індивідуальної творчості [3].

Наступним важливим законодавчим кроком для України став проект розпорядження «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій», яке було ухвалено урядом на засіданні 24 квітня 2019 року [2].

Документ визначив перелік видів економічної діяльності, які можна віднести до креативних індустрій, що відповідає Національному класифікатору

України. До переліку належать види економічної діяльності у креативному секторі на етапі створення креативного продукту у: візуальному, сценічному, аудіальному, аудіовізуальному мистецтві; дизайні; літературі та видавничій діяльності; нових медіа та ІТ; архітектурі й урбаністиці; рекламі, маркетингу і PR; бібліотеках, архівах та музеях.

Застосування переліку надасть можливість ідентифікувати роль креативних індустрій у структурі української економіки і створити передумови для отримання статистичної інформації щодо стану креативних індустрій. Оскільки креативні індустрії мають позитивний вплив на економіку, соціальну інтеграцію, гуманітарну сферу, використання переліку допоможе отримати кількісне та якісне розуміння щодо внеску креативних індустрій у ВВП, працевлаштування, підприємницьку діяльність, децентралізацію, культурні та освітні процеси [14].

За останні роки можна спостерігати поступовий інституційний розвиток креативних індустрій. Наприклад, до апарату Міністерства культури України тепер входить Управління стратегічного планування та розвитку. В межах саме цього структурного відділу сформовано Сектор розвитку креативних індустрій, який представлений трьома спеціалістами. Завідувач сектору Образцова Анастасія Яківна виступила на IV Форумі Креативних Індустрій, на якому вона зазначила, що збалансований розвиток креативних індустрій неможливий без активного залучення держави, як це відбулось на прикладі Британії, Сингапуру чи Південної Кореї. Інтелектуальна власність, доступ до фінансів і якісна освіта — три кити креативних індустрій. Анастасія Образцова є організатором щорічного міжнародного форуму «Креативна Україна», який вперше відбувся у 2017 році [11].

Щорічний міжнародний форум «Креативна Україна» є платформою для політико-експертного обговорення, мета якого полягає у формуванні державної політики щодо креативних індустрій. Головним організатором форуму є Міністерство культури, молоді та спорту України. Креативні підприємці, міжнародні експерти у сфері культури й економіки, представники органів

державної влади та громадянського суспільства залучаються до розробки оптимальних шляхів формування креативної економіки в Україні, що заснована на інноваціях, таланті, творчості.

Фокус цього річного форуму — інтеграція інновацій у розвиток креативних індустрій. Мета заходу — напрацювати варіанти культурних політик, що використовують цифрові технології як інструмент надання рівного доступу до культури, заохочення розмаїття форм творчого самовираження, генерації високої доданої вартості креативного продукту.

На форумі 2019 року були представлені останні тенденції державної політики у сфері креативних індустрій в Україні, позиції України в міжнародному культурно-економічному просторі креативних індустрій, а також обговорювались цифрові компетентності та інноваційні технології у культурі і креативних індустріях. Відбулася спеціальна панельна сесія, присвячена сучасному мистецтву, яке активно використовує інклюзивний, мистецький, технологічний та економічний потенціал інновацій.

Форум також є практично орієнтований: відбулося напрацювання необхідних інструментів для сталого розвитку креативних індустрій в Україні, зокрема за напрямками дизайну, моди, книговидавництва та в аудіовізуальному секторі. Також обговорили шляхи інтеграції України в єдиний цифровий ринок ЄС у контексті права інтелектуальної власності у сфері креативних індустрій, проведено секторальні воркшопи та бізнес-консультації за участі міжнародних експертів [9].

Не залишилась непомітною креативна економіка у створенні Експортної стратегії України на 2017-2021 роки, яка була розроблена згідно завдань Уряду України та під керівництвом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України (Мінекономрозвитку). Документ підготовлений на основі інформації та пропозицій, наданих членами української команди експертів, яка координувала процес розробки Експортної стратегії України на 2017-2021 роки. Було також залучено керівників ключових міністерств, які надавали свої настанови під час

проведення двох Стратегічних сесій на високому рівні у процесі першої та другої консультацій [7].

У документі були окреслені пріоритетні сектори, серед яких виділено креативні індустрії(в оригінальному тексті – креативні послуги).

Для України було визначено наступні критерії відбору:

- Сектори, здатні сприяти інноваціям, модернізації і створенню високої доданої вартості. Сектори, обрані за цим критерієм, повинні забезпечувати «ефект перетікання» для інших секторів, наприклад, сприяти збільшенню пропозиції суміжних секторів. Було відзначено, що перевагу слід надавати секторам, що створюють високу додану вартість;
- Сектори з потенціалом для розвитку МСП: Ще один важливий критерій для визначення пріоритетних секторів – це потенційний вплив обраних секторів на МСП. Вважається, що найбільші підприємства та бізнесмени вже мають у своєму розпорядженні необхідні інструменти та засоби і тому здатні допомогти собі самі. У свою чергу, МСП зазвичай вважаються більш чутливими до ризиків і потребують підтримки;
- Сектори з високим попитом на світових ринках: За рішенням учасників пріоритетними слід також визначати сектори, що наразі розвиваються в усьому світі та можуть стати рушійною силою для зростання у найближчі роки.

Іншими факторам, що вплинули на кінцевий вибір секторів є: можливість створення нових робочих місць, залучення вітчизняних та іноземних інвестицій, існуюча порівняльна перевага та потенціал залучення країни до глобальних ланцюгів доданої вартості [7, с. 75-76].

Обрані пріоритетні сектори були класифіковані за трьома типами, залежно від рівня розвитку на даний момент та зрілості, а також типу підтримки, необхідної сектору: Сектори, які на сьогоднішній день перебувають у стані занепаду або чий темпи розвитку уповільнилися; Сектори, які на сьогоднішній день перебувають на стадії істотного зростання; Сектори на етапі формування.

Креативні індустрії віднесли до третього типу – сектори на етапі формування. Ці сектори потребують узгоджених поступових зусиль у формі інституційної підтримки, розвитку сектора та ринкової інформації, щоб мати змогу досягти необхідного ступеня зрілості і складності, необхідних для конкурентоспроможності [7, с. 78].

Серед механізмів стимулювання розвитку сучасних практик у сфері культури заслуговує на увагу програма «Академія культурного лідера», яка реалізується Міністерством культури України спільно із Goethe-Institut в Україні у 2018-2019 рр. Мета програми полягає у підготовці менеджерів у галузі культури для ОТГ та малих міст України із використанням сучасних механізмів та досвіду кращих практик країн ЄС. Процес децентралізації створює нові виклики і, водночас, можливості розвитку культури на місцевому рівні. Тому ефективне управління культурними процесами та розвиток людського потенціалу сприятиме економічному та соціальному розвитку місцевих громад [5, с. 5].

За останні роки було усвідомлено, що креативні індустрії мають місце в майбутній Україні і є необхідним створення умов їх розвитку, а саме розробці планів та чітких стратегій розвитку з боку держави.

Креативна економіка знайшла місце у Довгостроковій стратегії розвитку культури в Україні до 2025 року (далі – Стратегія 2025). Цей документ заклав основу для довготривалих змін і короткострокових рішень, метою яких є модернізація підходів до культури в українському суспільстві.

Методологію роботи над Стратегією 2025 зафіксовано в Дорожній карті, розробленій «Культурою-2025» спільно з Міністерством культури України за підтримки Моніторингового офісу програми «Культура для Східного партнерства» Європейського Союзу за участі запрошеного експерта, колишнього заступника міністра культури Естонії Рагнара Сійла у листопаді 2014 року.

Заключна частина складається із переліку кроків, які можуть застосовуватись на різних рівнях різними суб'єктами: від органів державної



влади, наприклад, Міністерством культури України, чи органів місцевого самоврядування до культурних інституцій різних форм власності.

Важливо наголосити, що Стратегія 2025 спланована як універсальний інструмент, котрий масштабується і допомагає всім учасникам процесу розробити спільні «правила гри». Також заключна частина містить очікувані результати [4].

Основні очікувані довгострокові результати досягнення інституційних цілей до 2025 року:

- Знищення наслідків тоталітаризму в культурній сфері, а точніше залишків вертикальної, командно-адміністративної системи управління культурною сферою.

- Здійснення переходу до учасницької моделі урядування на засадах відкритого доступу із дотриманням принципу субсидіарності. Зокрема, підвищення впливу фахових спільнот на політики різного рівня, делегування повноваження на нижчі рівні урядування або в інші сектори, забезпечення прозорого розподілу ресурсів.

- Перетворення Міністерства культури, інших органів центральної влади й органів місцевого самоврядування, відповідальних за здійснення культурної політики, на потужні та дієві адвокати культурних прав усіх громадян України.

- Здійснення переходу до суспільно-орієнтованої моделі культурної інституції, тобто автономної, де в центрі уваги знаходяться її аудиторії, сталої з огляду на створення доходу, розпорядження ресурсами, кадрової політики тощо [6, с. 37].

Креативні індустрії знайшли своє відображення також у Доктрині збалансованого розвитку «Україна 2030», яка є спробою систематизувати соціально-економічний поступ країни з метою вироблення принципів і механізмів майбутнього збалансованого розвитку та обґрунтування його перспектив для України.

Значні обсяги даних соціально-економічного розвитку країн світу були проаналізовані дослідницькою командою провідних українських університетів,

що у результаті допомогло синтезувати наявний методологічний інструментарій рейтингового оцінювання, розроблений експертами ООН, Світового банку, Всесвітнього економічного форуму в Давосі, а також спираючись на сценарії проекту «Форсайт 2016», які побудовані колективом експертів Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» та ін.

Цей документ повинен стати інформаційною базою українського політикуму в розробленні насамперед нормативно-правової бази формування й реалізації політики збалансованого розвитку України [13, с. 4-5].

Згідно з Доктриною попередня застаріла соціально-політична та економічна парадигма є ключовим гальмівним чинником, який не дає змоги Україні досягати високих горизонтів розвитку та провокує стрімке падіння до рівня сировинного приросту розвинених країн [13, с. 158].

У Доктрині обґрунтована доцільність впровадження в систему державного управління сучасного концепту Good Governance – розумного врядування, яке є основою не лише повного перезавантаження структури й механізмів державного управління, але й адаптації системи цінностей політичних еліт та українського суспільства до існуючих світових трендів соціально-економічного розвитку задля подолання тяжіння України до впливів інших геополітичних формацій і здобуття суб'єктності у сфері міжнародної політики та системі міжнародного поділу праці [13, с. 160].

Кластерний підхід представлений як головний концепт росту конкурентоспроможності. За умов загострення боротьби за глобальне лідерство у забезпеченні конкурентного статусу окремих регіонів і країн провідна роль переходить до кластерів. Світові кластери формують консолідовані висококонкурентні мережі, діяльність яких спрямована на задоволення глобального попиту на товари та послуги на основі використання сучасних новітніх технологій, нових можливостей мобільності людського та соціального капіталів [13, с. 4-5].

Стратегічні пріоритети кластерної політики для України:

- створення національних кластерів у високотехнологічних видах економічної діяльності, зокрема у сферах ІКТ, енергетичному секторі та секторі екологічно чистих технологій, біотехнологій, адитивного виробництва, аграрного сектора, машино- та літакобудування, вищої освіти та науки;
- забезпечення законодавчої, організаційної та інформаційної підтримки на таких рівнях:
  - міжнародному – залучення до європейських програм, міжнародних організацій і фондів;
  - національному – шляхом реалізації кластерних програм, стимулювання досліджень і розробок (ДіР), пріоритетних інвестиційних проектів у кластерах;
  - регіональному – на засадах взаємодії між органами державної влади і місцевого самоврядування, бізнесом і науково-освітніми установами на основі принципів державно-приватного партнерства та відкритих інновацій;
  - стимулювання розвитку кластерів світового рівня для диверсифікації міжнародного партнерства й співробітництва; посилення міжнародного співробітництва через участь у міжнародних програмах і проектах (Interreg 4; Cosme; Horizon 2020) [13, с. 98-99].

Отже, розглянувши стан креативних індустрій в сучасній Україні, можна сказати, що протягом останніх 5-7 років були реалізовані певні перспективні ініціативи, а також розроблені нові стратегії. Важливим кроком стало законодавче визнання понять креативних індустрій та їх класифікація, а також внесення розвитку креативних індустрій до завдань майбутнього розвитку країни.

### **3.2 Перспективні напрями удосконалення державної політики підтримки та розвитку креативних індустрій в умовах цифрових трансформацій**

Не зважаючи на існуючі досягнення у розвитку креативних індустрій в Україні, розглянутих у попередньому пункті, безліч питань щодо їх

ефективного функціонування залишаються актуальними та потребують подальшої підтримки з боку держави. Нами будуть розглянуті можливі перспективні варіанти сприяння креативним індустріям.

Почнемо з того, що креативні індустрії мають набути статусу стратегічного вектору розвитку країни, що має бути належно зафіксовано на нормативно-правовому та інституційному рівні.

Одним з перших кроків може бути законодавче затвердження національної стратегії та «дорожньої карти» для креативних індустрій. Дорожня карта відображатиме бачення розвитку креативних індустрій на 10 років з урахуванням внесення можливих корективів відповідно до змін у світі.

Головна роль у формуванні цілей, завдань та потрібних інструментів імплементації належатиме Міністерству культури України, яке контролюватиме своєчасність виконання процесу.

Тим не менш, варто сказати про важливість міжвідомчого характеру у функціонуванні стратегії креативних індустрій і України. Ця стратегія може стати інструментом інтеграції інших сфер політики, наприклад, економіка, освіта чи регіональний розвиток. Взаємодія таких різних напрямків політики відбуватиметься в межах понять креативність й інновації.

Стратегія буде містити нові ідеї та переосмислені існуючі закони в сфері креативних індустрій, що допоможе охопити якнайбільш проблемних зон у цьому питанні.

Окрім стратегії важливо врегулювати комунікаційний процес між представниками креативного сектору та державних органів на різних рівнях. Останні 3 роки такий діалог відбувається на форумі «Креативна Україна». Проте ми пропонуємо внести деякі зміни до цього заходу. По-перше, це частота проведення форуму. У 2017-2019 роках форум відбувався один раз на рік. Наша пропозиція – дворазова зустріч протягом року. Пояснюється це тим, що новий час диктує умови швидкого реагування та прийняття рішень.

Окрім часових меж, ми вважаємо доцільним залучити більшу кількість представників державних органів різних рівнів, адже обмежене однобоке бачення є без результативним.

В межах форуму представники бізнесу та професіонали креативного сектору можуть разом з управлінцями обговорювати нові методи та інструменти стратегічної та комунікативної складової процесу, побачити як саме скерувати діяльність задля взаємного добробуту та вигоди.

Отже, такий форум є необхідною платформою для спільного діалогу між владою та професіоналами сфери з метою реалізації ефективних результатів.

Як вже було сказано раніше, креативний сектор може стати інструментом регіонального розвитку. Як саме це може проводитись? Почати слід зі створення схеми існуючої інфраструктури на місцевому рівні. У такий спосіб місцева влада зможе отримати бачення динаміки змін та бути у змозі розробляти відповідні інструменти планування на майбутнє. Схему інфраструктури можна зробити відкритою для всіх зацікавлених сторін, що прискорить процес державно-приватної взаємодії.

На місцевому та регіональному рівнях управлінці можуть використовувати вже напрацьовані практики ЄС, які представлені в довідниках та програмах інфраструктурного мапування.

Важливе значення має створення науково-дослідного центру з питань креативної економіки в Україні. Створення такого центру відбуватиметься за участі державних установ, організацій та різних зацікавлених сторін задля забезпечення отримання якісної інформації, а також активізації моніторингу всього процесу. Такий контроль буде оцінювати взаємодію державної політики, креативного сектору, методів та інших програм підтримки. Значне місце у створенні науково-дослідного центру займає питання відкритого доступу даних. Доступ до даних повинен бути спрощений.

У ефективній взаємодії держави та креативних індустрій має місце питання фінансування, що потрібно детально продумати та відповідально реалізувати. Рекомендуємо створити спеціалізовану установу, яка буде

відповідати за прозору систему фінансування, надання грантів організаціям та сторонам креативного сектору. Така установа зможе забезпечити доступ до участі в програмі на рівних правах, контролювати прозорість процесу та надавати оцінку для розбудови нових стратегій. Для створення цієї установи варто проконсультуватися з Міністерством розвитку економіки, оскільки саме тут вирішуються плани розвитку МСП(малого та середнього підприємництва), яке займає одне з центральних місць у креативній економіці.

Продовжуючи тему відносин державного сектору та бізнесу в країні, варто зазначити, що існує потреба у спрощенні податкової системи. Це у свою чергу полегшить діяльність на початкових етапах. Креативна та інноваційні напрямки потребують стабільності у державній бюджетній підтримці, що можливо завдяки оновленій податковій системі. Надійні врегульовані умови кредитування або ж підтримка інвесторів у стартапах створять правильний напрямок розвитку креативних індустрій, що буде вигідним для держави.

Роль держави у креативних індустріях проявляється зокрема й у зовнішніх відносинах. Мається на увазі дипломатичні, експортні та взагалі торговельні відносини України зі світом. У цьому питанні повинна відбутись консолідація інтересів Міністерства закордонних справ України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі, а також Міністерства культури, щоб створити стратегію системи надання пільг та залучення інвестицій, що допоможуть відкрити або розширити нові ринки для українського креативного сектору.

Тема зовнішніх відносин є актуальною в межах регулювання державою правової бази щодо питань інтелектуальної власності, яка виступає чи не найважливішою для креативного сектору. Стрімкий розвиток діяльності в мережі Інтернет ставить нові виклики перед законодавчою системою. Захист від піратства, розширення тіньового цифрового ринку повинен також акцентуватись і на проблемах всередині креативних індустрій, тобто потрібно створити розширену та деталізовану законодавчу базу щодо представленого питання, а також за можливості провести експрес-підготовку для державних службовців, які будуть задіяні в такій програмі, з актуальних питань щодо

проблем креативного сектору та його офіційного регулювання. Найкращим шляхом було б застосування методу бенчмаркінгу з адаптацією до умов та особливостей українських реалій.

Одним із способів кращого розуміння, в якому напрямі розвивати державну політику щодо сприяння креативної економіки в Україні, може стати SWOT-аналіз цієї сфери. Доречним буде виділити сильні та слабкі сторони креативних індустрій в Україні, а також окреслити можливості і загрози відповідно. Для цього ми розробили табличну форму (Див. Додаток А) презентації чотирьох складових нашого SWOT-аналізу.

До сильних сторін стану креативної економіки в Україні належать певні політичні процеси в країні, зокрема децентралізація, яка має створювати сприятливі умови для вдалого інвестування креативних проектів на місцях. Також це перші кроки створення професійних утворень, наприклад, спеціалізованих конференцій, асоціацій, відділів у органах державної влади.

Важливо зосередити увагу на сфері ІТ. Значна частина дослідників креативних індустрій все частіше говорять про те, що креативні індустрії будуть зливатися з інноваціями та ІТ в один сектор діяльності. Відомо, що Україна вже кілька років поспіль має високі показники рівня розвитку та якості послуг ІТ. Саме це може стати новим перспективним напрямом стратегічного розвитку держави, адже цифрове суспільство диктує свої правила для нормотворчої бази. Перш за все потрібно створити стабільну законодавчу основу сфери: питання МСП, закріплення основних понять, прав та обов'язків ті ін.. Серед іншого сюди можна віднести розширення програм інвестиційних залучень, грантових програм та обміну досвідом з іноземними партнерами тощо.

ІТ сфера повинна увійти на законодавчому рівні до стратегічних питань розвитку України, де буде визначена програма сприяння сфери на 10-15 років з урахуванням тенденцій розвитку міжнародної урядової політики у цифровому інформаційному середовищі.

Нами були також виділені гальмуючі фактори, а саме: недостатнє законодавче регулювання креативного сектору, а також низький рівень обізнаності управлінців щодо питань розвитку ККІ.

Отже, підсумовуючи вище наведений матеріал, можна виокремити комплексний підхід як керуючий на шляху розвитку креативних індустрій з боку держави. Комплексність полягає насамперед у синергії законодавчої основи, нормотворчого процесу, оновлення вже існуючих інститутів та створення нових, діалогу професіоналів креативного сектору та державних органів, адаптації кращих іноземних практик зі сфери. Все це відбуватиметься, враховуючи інноваційні тенденції та активне формування цифрового суспільства, що безперечно буде впливати на формування державних політик більшості країн світу, а Україна у свою чергу не є винятком.



### Висновки до Розділу 3

У 3 розділі нами була проаналізована історія становлення відносин держави та креативних індустрій в Україні, а також перспективи розвитку їх взаємодії.

Можна зробити висновок, що підтримка державою креативного сектору почалась відносно недавно. Було здійснено визнання державою поняття та складових креативних індустрій на законодавчому рівні. Зокрема затвердили відділ у Міністерстві культури, який відповідає за державну політику у креативних індустріях.

Позитивним моментом є підтримка державою різних ініціатив щодо розбудови кластерів, організації спільних зустрічей у формі діалогу з представниками креативних індустрій задля налагодження правильного розвитку сфери, яка може стати однією з пріоритетних стратегічних напрямків.

Проте існує низка ще не вирішених завдань та проблем, пов'язаних з взаємодією державного та креативного секторів. Серед основних питань:

- Стабільна законодавча база
- Підтримка МСП
- Інституційна розбудова та оновлення
- Державні ініціативи щодо стимулювання зовнішніх інвестицій та ін..

Підсумовуючи вище сказане, можна зробити висновок, що перспективи розвитку креативних індустрій з боку держави є актуальними. Глобалізаційні процеси, інноваційний підхід у всіх напрямках державної політики, пріоритетне місце ІКТ та ІТ в світі та постійні зміни у всіх сферах діяльності диктують нові правила створення вектору розвитку країни, що ніяк не обійдеться без креативної економіки, яка вже багато років є важливою для розвинених країн, практики яких планує адаптувати Україна в період становлення цифрового суспільства.

## ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження ми досягнули поставленої мети та завдань щодо державної політики у сфері розвитку креативних індустрій в умовах цифрових трансформацій.

Нам вдалося проаналізувати теоретичну базу понять креативних індустрій, за якою були окреслені основні терміни та поняття. Серед них такі як: креативні індустрії, креативна економіка, креативний клас, креативні кластери та ін..

Нами було проведено аналіз історичного розвитку становлення креативних індустрій у світі, внаслідок чого можна сказати, що початок розвитку відносин держави і креативних індустрій бере ще наприкінці 20 століття.

Ми з'ясували, що майже всі сфери урядової політики мають певну взаємодію з креативними індустріями, у тому числі такі сфери: економічний розвиток, торгівля, регіональне економічне планування, політика ринку праці, внутрішні та іноземні інвестиції, технології та комунікації, соціальні питання, освіта. Це і стало однією з причин ефективних законодавчих та інституційних рішень.

Ознайомившись з питанням ролі інтелектуальної власності у сприянні креативним індустріям з боку держави, ми дійшли висновку, що ефективна та справедлива міжнародна система інтелектуальної власності є в інтересах держав, креаторів, креативних індустрій та споживачів у всіх країнах. Найкращий спосіб розширити креативну економіку – це впровадити збалансовану систему авторських прав, яка реалізує їх потенціал розвитку.

Аналізуючи досвід країн(Великобританія, Південна Корея та Японія), уряд яких впроваджував ефективну політику щодо креативних індустрій, можна виділити основні напрями державної підтримки, а також особливості ініціатив та результати.

Отже, спільні риси та напрями таких політик:

- Створення розгалуженої інституційної основи. Тобто, засновувались та розширювались вже існуючі державні установи, які відповідають за регулювання креативних індустрій.
- Розширення законодавства з питань креативної економіки, які допомагають контролювати життєвий цикл сектору та запобігати найбільшим проблемам.
- Приділяється увага підтримці сектору МСП, а саме впроваджується посилена пільгова та субсидіарна політика держави, а також розроблюються заходи щодо підтримки стартапів.
- Розробка стратегічних планів на 5-15 років вперед з урахуванням потенційних моделей розвитку суспільства та технологій.
- Як результат відбувається підвищення кількості нових робочих місць та ринків через креативність та інновації;
- Посилюється лідерство країни через креативну економіку на глобальній арені;
- Посилюється інноваційний потенціал науки, техніки та ІКТ, які є основою для креативної економіки;

Аналіз історії становлення креативних індустрій в Україні показав, що державна політика щодо цієї сфери є значно молодшою. Україна тільки починає будувати основу для ефективного функціонування креативного сектору: створення спеціального підрозділу креативних індустрій в Міністерстві культури, ухвалення початкової законодавчої бази. Позитивним фактором є створення проєктів стратегій розвитку держави з урахуванням креативних індустрій.

Нами також були виділені основні перспективи та рекомендації щодо державної політики у питаннях креативних індустрій. Насамперед це: створення сприятливої інституційної системи, розширення законодавчої основи, підтримка МСП, державні програми щодо сприянню зовнішніх інвестувань та ін..

Досліджуючи перспективні напрямки розвитку креативних індустрій в Україні, ми дійшли висновку, що особливої уваги заслуговує сфера ІТ. Це пояснюється тим, що вже кілька років поспіль наша держава є постачальником високоякісного ІТ послуг, і саме ІТ послуги можуть в майбутньому стати невід'ємною частиною креативного сектору, який має стратегічну перспективу для України.

Для поглиблення нашого аналізу була використана методика SWOT-аналізу, завдяки якому були виділені сильні та слабкі сторони креативної економіки в Україні, а також можливості розвитку і загрози на шляху сприяння креативним індустріям з боку держави. До переваг можна віднести певні особливості процесів децентралізації, а також стрімкий розвиток ІТ сектору. Проте розвиток може гальмуватися за рахунок ігнорування урядовою політикою створення законодавчої бази щодо креативних індустрій та безініціативність розбудови професійних установ, які передбачають двосторонню комунікацію: державних органів та професіоналів креативних індустрій.

Отже, підсумовуючи вище сказане, можна стверджувати, що процес розвитку креативних індустрій з боку держави є багатостороннім та транссекторальним явищем. Перед урядом постають безліч викликів та завдань, які потребують детального вивчення та відповідального підходу. Цифрове суспільство та глобалізація спрямовують країни на інноваційний шлях розвитку, що є майбутньою перспективою України.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Договір Всесвітньої організації інтелектуальної власності про виконання і фонограми, прийнятий Дипломатичною конференцією 20 грудня 1996 року: Закон України від 20 вересня 2001 р. № 995\_769. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/995\\_769](https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/995_769) (дата звернення: 25.09.2019).
2. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій : Закон України від 24 квітня 2019 р. № 265-2019-р. URL: <https://bit.ly/2rp36Fl> (дата звернення: 2.10.2019).
3. Про культуру : Закон України від 16 липня 2019 р. № 2778-VI. URL: <https://bit.ly/2DvoDyZ> (дата звернення: 10.10.2019).
4. Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку української культури - стратегії реформ : Закон України від 1 лютого 2016 р. № 119-2016-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/119-2016-%D1%80> (дата звернення: 12.10.2019).
5. Валецький О.Л. Актуальні проблеми реалізації державної політики у сфері розвитку креативних і культурних індустрій: анотація. 2018. 13 с.
6. Довгострокова стратегія розвитку культури в Україні до 2025 року. Платформf стратегічних ініціатив «Культура-2025». 2014-2015. URL: <https://bit.ly/2tkCDcV> (дата звернення: 14.10.2019).
7. Експортна стратегія України. Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі 2017-2021 : проект / М-во економічного розвитку і торгівлі України. URL: [file:///D:/download/3.%20URK\\_STDR\\_UA\\_27.03.2017.pdf](file:///D:/download/3.%20URK_STDR_UA_27.03.2017.pdf) (дата звернення: 15.10.2019).
8. Європейська Комісія спільно з Мінкультури провели семінар ТАІЕХ щодо європейських практик розвитку креативних індустрій. Урядовий портал: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2DkaWme> (дата звернення: 4.10.2019).
9. Креативна Україна. Веб-сайт. URL: <http://creativeukraine.org.ua/uk/> (дата звернення: 30.09.2019).

- 10.Кукса І.М., Петухова Т.О. Креативна економіка як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2017. Вип. 12. URL: <https://bit.ly/2tdnQR5> (дата звернення: 21.10.2019).
- 11.Образцова А. Афіна проти Аполлона: чому держава допомагає монетизувати натхнення і як примирити креативність з бюрократією. IV Форум Креативних Індустрій: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2YQ8gXh> (дата звернення: 14.10.2019).
- 12.Ославська С. Вірус креативності. *Korydor журнал про сучасну культуру*: онлайн-журнал. URL: <https://bit.ly/388OaMq> (дата звернення: 11.10.2019).
- 13.Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку. Видання друге. Львів: Кальварія, 2017. 164 с.
- 14.Уряд затвердив перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій. Урядовий портал: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2QUBzX0> (дата звернення: 12.10.2019).
- 15.Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. Москва: Классика-XXI, 2005. 430 с.
- 16.Чевганова В.Я., Введенская А.В., Заплава О.Ю. Креативна економіка: світовий досвід та уроки для України. *Економіка Та Суспільство*. 2018. № 19. С. 680-688. URL: [http://economyandsociety.in.ua/journal/19\\_ukr/106.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/19_ukr/106.pdf) (дата звернення: 11.10.2019).
- 17.Bae, Kim & Lee LLC. Copyright in South Korea. *Law Business Research*: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3661pM7> (дата звернення: 19.09.2019).
- 18.British Council's Creative And Cultural Economy Series. P.Rosselló, S. Wright (Eds.). (2010). (Vols. 1-2; Vol. 1). London. URL: <https://bit.ly/35Y4bCG> (дата звернення: 15.09.2019).
- 19.British Council's Creative And Cultural Economy Series P.Rosselló, S. Wright (Eds.). (2010). (Vols. 1-2; Vol. 2). London.. URL: <https://bit.ly/380GPOI> (дата звернення: 15.09.2019).

- 20.Creative Commons. Веб-сайт. URL: <https://creativecommons.org/> (дата звернення: 25.09.2019).
- 21.Creative Economy Report 2010: A Feasible Development Option. United Nations. 2010. 423 P. URL: [https://unctad.org/en/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](https://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf) (дата звернення: 19.09.2019).
- 22.Creative economy: as a development strategy. A view of developing countries. Ana Carla Fonseca Reis (Eds.). São Paulo : Itau Cultural, 2008. 258 P. URL: <https://bit.ly/2RnOdy3> (дата звернення: 19.09.2019).
- 23.Creative Industries Cluster Programme. Веб-сайт. URL: <https://creativeindustriescusters.com/> (дата звернення: 19.10.2019).
- 24.Creative Industries Mapping Document : Summary by Department for Culture, Media and Sport. URL: <https://bit.ly/2Y8oz1v> (дата звернення: 13.10.2019).
- 25.Digital Britain Report by Department For Business Innovation and Skills from June 2009. URL: <https://bit.ly/33mrZyv> (дата звернення: 13.10.2019).
- 26.European Commission Green Paper: Unlocking the potential of cultural and creative industries. Brussels, 2010. 21 p.
- 27.Garnham N. From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*. 2005. Vol. 11, No. 1. 15-29 p.
- 28.Gauberti A. Copyright in the digital era: how the creative industries can cash in. URL: <https://bit.ly/2qFmTjN> (дата звернення: 8.10.2019).
- 29.Gowers Review of Intellectual Property. HM Treasury on behalf of the Controller of Her Majesty’s Stationery Office. 2006. 142 p.
- 30.Hawkings R. Paul Keating’s Creative Nation: a policy document that changed us. *The Conversation* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2Ld1lll> (дата звернення: 10.10.2019).
- 31.Hong Y., Chen H. Does the Medium-term Development of the Creative Economy Guarantee Long-term Evolution. *International Journal of Cultural*

- and Creative Industries*. Vol. 5, № 1. P. 22-44. URL: <https://bit.ly/2OKZwyB> (дата звернення: 18.10.2019).
32. Industrial Strategy: Creative Industries Sector Deal. HM Government. 2018. URL: <https://bit.ly/35I3f5D> (дата звернення: 20.10.2019).
33. Kent C. Creative industries and the UK economy: a success story. *NewStatesman*. 2019. URL: <https://bit.ly/2RdkZSn> (дата звернення: 12.10.2019).
34. Kohen A. How Korea Is Transforming Into A Creative Economy. *Culture & Creativity*: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2qiKarC> (дата звернення: 5.11.2019).
35. Korea International Trade Association. URL: <http://global.kita.net/> (дата звернення: 8.11.2019).
36. Korea Internet & Security Agency. URL: <http://www.kisa.or.kr/eng/main.jsp> (дата звернення: 8.11.2019).
37. Kreativwirtschaft – zentraler Wirtschaftsfaktor und Impulsgeberin für den Innovationsstandort Österreich. Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (BMFWF) in Kooperation mit der Kreativwirtschaft Austria (KAT), der Wirtschaftskammer Österreich, dem Austria Wirtschaftsservice (aws) und winnovation consulting gmbh. 2016, Wien. URL: <https://bit.ly/2rKTHIe> (дата звернення: 26.10.2019).
38. Landry C. The Creative City. Second edition. London: Earthscan, 2008. 300 p.
39. Ministry of Science, ICT and Future Planning of the Republic of Korea. Веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2PoVaxm> (дата звернення: 8.11.2019).
40. National Information Society Agency of the Republic of Korea. URL: [http://eng.nia.or.kr/site/nia\\_eng/main.do](http://eng.nia.or.kr/site/nia_eng/main.do) (дата звернення: 8.11.2019).
41. National IT Industry Promotion Agency of the Republic of Korea. URL: <https://www.nipa.kr/> (дата звернення: 8.11.2019).
42. New £250 million Culture Investment Fund launched : Press release. Department for Digital, Culture, Media & Sport. URL: <https://bit.ly/2rJTQvE> (дата звернення: 14.10.2019).



43. Noh J. South Korea launches plan to combat online piracy. *ScreenDaily*. 2009. URL: <https://bit.ly/2rJTSDM> (дата звернення: 10.11.2019).
44. Scheytt O. Kreativwirtschaft Aus Deutscher Sicht. URL: <https://bit.ly/2POJ7YV> (дата звернення: 23.10.2019).
45. The Cox Review. HM Treasury on behalf of the Controller of Her Majesty Stationery Office. 2005. URL: [file:///D:/download/Cox\\_Review%20UK.pdf](file:///D:/download/Cox_Review%20UK.pdf) (дата звернення: 17.10.2019).
46. The Department for Digital, Culture, Media & Sport. Веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2Y8pe2Z> (дата звернення: 5.10.2019).
47. The Park Geun-hye Administration's Creative Economy Blueprint. Government press release. 2013. URL: <https://bit.ly/34I7Pkf> (дата звернення: 7.11.2019).
48. The Small and Medium Business Administration of the Republic of Korea. URL: <https://bit.ly/2DFfhAw> (дата звернення: 10.11.2019).
49. UNCTAD: Strengthening The Creative Industries For Development In The Republic of Korea. 2017. URL: <https://bit.ly/2Pp9gyP> (дата звернення: 3.11.2019).
50. Whitehead J. Livingstone unveils scheme to promote Creative London. *Campaign*. 2004. Веб-сайт. URL: <https://bit.ly/33J2HuO> (дата звернення: 16.10.2019).
51. WIPO. How to Make a Living in the Creative Industries. Geneva, 2017. 20 p. URL: <https://bit.ly/2rFaMUt> (дата звернення: 18.10.2019).

### Додаток А. SWOT-аналіз стану креативних індустрій в Україні та дій держави щодо їх розвитку

<p style="text-align: center;"><u>Сильні сторони:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Процес децентралізації дозволяє місцевим органам влади створювати кращі умови інвестування креативних проєктів;</li> <li>• Створення організацій та платформ, які професійно займаються питаннями креативної економіки в Україні;</li> <li>• Міжнародно визнаний потенціал ІТ сфери України, подальше сприяння якого може стати центральним у покращенні економічного стану держави.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><u>Слабкі сторони:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Українська влада не розглядає креативні індустрії як пріоритетну сферу для стратегічного розвитку країни;</li> <li>• Низький рівень взаємодії центральних органів влади з місцевими щодо питань розвитку ККІ(культурних та креативних індустрій);</li> <li>• Відсутній достатній рівень діючих законів та представництва інтересів креативних індустрій в органах державної влади.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><u>Можливості:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Україна входить до числа лідерів надання послуг в сфері ІТ, а отже, це питання може бути врегульовано на користь держави, якщо створити відповідні умови для розвитку ІТ в межах креативної економіки;</li> <li>• Розробка комунікативної системи між державними установами та представниками креативних індустрій;</li> <li>• Створення відповідної законодавчої бази для контролю та розвитку креативно-інноваційних стартапів та підприємництва.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><u>Загрози:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ігнорування законодавчих ініціатив щодо врегулювання креативних індустрій з боку держави, що у свою чергу призведе до відходження цього сектору у тіньову економіку;</li> <li>• Недостатня увага та брак знань про креативну економіку та механізми її розвитку серед управлінців;</li> </ul>